TACHAI

Revista de los Grupos Autogestionados de Konsumo, GAK´s y La Garbancita Ecológica

Crisis económica, alimentaria y democrática

DESTACADOS

- Cuánto cuestan los alimentos
- Encuesta sobre comida basura a alumnos de 1º de la ESO
- Cómo vencer al cáncer
- MacDonald quiebra y se va de Bolivia.
- Consumo agroecológico en acción
- Trabajo sin gente, gente sin trabajo y cooperativismo anticapitalista
- Hip-hop. Despacito y Buenaletra

septiembre 2012

Numero 35

3,00 €

Sumario

TACHAI

Editorial 03

— Crisis económica, alimentaria y democrática.

Información alimentaria 04_11

Alimentos 04_08

— La Granada.
— Pildoras Saludables:
-La traidora "curva de la felicidad".
-Yogur, efecto antiobesidad.
— Visita a la granja de huevos ecológicos Pedaque.
— ¿Cuánto cuestan los alimentos?

Recetas 09_11

— Ensalada de cus-cus con granada.
— Helado de turrón.
— Paté de Berenjena y Tofu.
— Papas arrugadas y receta de mojo picón.

Formación alimentaria 12_18

— La pirámide Alimentaria, Deportiva y Emocional.
— Visita a la Garbancita Ecológica.

Educación alimentaria en la escuela 16_18

— Encuesta sobre Comida Basura a alumnos de 1º de Eso.
— Oferta de La Garbancita Ecológica a Centros Educativos.

Globalización e Inseguridad Alimentaria 19_21

— Bolivia expulsa a Coca-cola y McDonald quiebra y se va también.
— Contaminantes cancerígenos en lechugas, tomates, pepinos y manzanas.

Diálogo campo ciudad 22_23

— Fruitalpuntbio pierde la cosecha por una catástrofe climática en Lleida.
— Certificación de huevos El Majadal.

Consumo agroecológico en acción 24_47

— Proceso asambleario participativo de La Garbancita Ecológica.
— Consumo responsable agroecológico. Preguntas, respuestas y alternativas.
— Tachai a Junio de 2012.
— Los GAKs y La Garbancita Ecológica. Un movimiento necesario.
— Congreso Internacional de Sociología Rural. Lisboa. (1 al 4 de agosto 2012).
— Balance campaña de verano "Cuando la huerta ecológica avanza, los consumidores responsables no podemos retroceder".
— Instrucciones para hacer el pedido con la nueva herramienta.
— Historia de los GAKs.
— Cómo vencer el cáncer.

Cooperativismo y consumo agroecológico 48_51

— Construcción cooperativa.
— Trabajo sin gente, gente sin trabajo y cooperativismo anticapitalista.

Ecofeminismo, soberanía alimentaria y género 52_55

— El Consumo Responsable Agroecológico Ecofeminista de Las Garbancitas.

Movimientos sociales 56_58

— Canal Isabel II. Cartel: Referéndum vinculante ¡Ya!.
— Una iniciativa legal para detener desahucios hipotecarios.
— Socialismo o barbarie.

Libros, películas y discos 59

— Hip-hop. "Vertigo" por Despacito y Buenaletra.

TACHAI:
Revista de los Grupos Autogestionados de Konsumo (GAKs) y La Garbancita Ecológica.

Contacto:
Revista: revistatachai@gmail.com
Grupos de consumo: lacestabasica@nodo50.org
Web: www.lagarbancitaecologica.org
Telefono: 618 215 863
Fax: 91 429 29 38

Crisis económica, alimentaria y democrática.

L@s hambrient@s son prisioneros de su hambre y l@s enferm@s de cáncer, corazón, diabetes y alergias, de su comida basura. La cronificación de la inseguridad alimentaria demuestra que la única libertad de empresa. Sin controlar la libertad de empresa, no tendremos libertad para que tod@s disfrutemos de una alimentación sana y suficiente.

Una vez más, las sequías producidas por el cambio climático reducen la producción de mercancías alimentarias básicas como los cereales. Simultáneamente, la automoción descontrolada y el agotamiento del petróleo provocan la sustitución en millones de hectáreas, de cultivos alimentarios por agrocombustibles.

El mercado de alimentos centralizado en Detroit, manipula los precios aprovechando la escasez de cosechas y de tierras. Cuando el precio del trigo o el maíz sube un 30%, los 1500 millones de personas que, en el mundo, dedican casi toda su renta disponible a comer, se ven privados de su derecho a una alimentación sana y suficiente, entrando en la peor de las exclusiones, el hambre.

El hambre es la forma que adopta la inseguridad alimentaria en los países empobrecidos. Degrada la naturaleza humana y deshumaniza a las personas, reduciendo su salud y su esperanza de vida. La mortalidad infantil de los países empobrecidos multiplica por 10 la de los países ricos. La esperanza de vida de algunos países de África Subsahariana es la mitad de la de los países europeos.

Hambre y comida basura, unidas como la cara a la cruz de una moneda, son las manifestaciones de la industrialización, mercantilización y globalización alimentaria. Más de mil millones de personas enferman y mueren por hambre en los países pobres y 1.300 millones de personas enferman y mueren por enfermedades asociadas al sobrepeso y la obesidad en los países ricos.

L@s hambrient@s son prisioneros de su hambre y l@s enferm@s de cáncer, corazón, diabetes y alergias, de su comida basura. La cronificación de la inseguridad alimentaria demuestra que la única libertad real es la libertad de empresa. Sin controlar la libertad de empresa, no tendremos libertad para que tod@s disfrutemos de una alimentación sana y suficiente.

La inseguridad alimentaria es la contraparte de la inseguridad política, laboral, social y sicológica que produce la economía de mercado. El capitalismo es el culpable de la inseguridad alimentaria. La economía de mercado no puede, ni quiere, solucionar el problema del hambre porque el hambre de los hambrientos, al no expresarse como "demanda solvente", ni moviliza, ni perturba las inversiones de capital.

En la democracia de mercado, la política no puede garantizar la seguridad alimentaria de la gente en contra de la economía.

La "lucha contra el hambre" de gobiernos y ONGs, está determinada de antemano por las multinacionales que controlan el comercio mundial de alimentos y subordinan las necesidades de la gente y los recursos naturales a sus intereses económicos. Los políticos, que hacen su política desde el respeto a los mercados, miran hacia otro lado ante el hambre y las enfermedades alimentarias.

Neutralizando a los mil mayores especuladores, se salvarían millones de vidas inocentes, se acabaría con el 90% de la violencia en el mundo y se sentarían las bases para una convivencia pacífica, justa y democrática. Pero antes, hambrient@s y obes@s deberían desearlo. Esa es la tarea de la izquierda.

La granada: rojo saludable.

De septiembre a enero podemos contar con una fruta que no está demasiado solicitada a pesar de tener un aspecto muy atractivo, un sabor delicioso y unas propiedades nutritivas excepcionales: la granada.

La granada es el fruto del granado, un arbusto de hasta cuatro metros de alto. Fueron los cartagineses los que extendieron su cultivo por el mediterráneo y los árabes quienes la trajeron a España y de ésta pasó a América.

Aunque se empieza a recolectar a mediados de septiembre es entrado el otoño cuando se encuentra en sazón y se puede disfrutar hasta enero. Se conserva bien unos quince días a temperatura ambiente y un mes en la nevera.

Propiedades

Esta fruta contiene un 80% de agua y no demasiadas calorías (unas 70 por cada 100 gramos) proporcionadas por los carbohidratos, en concreto azúcares, por ello es interesante en dietas para adelgazar y para personas con diabetes.

El nivel de fibra es alto si se consume como fruta, en zumo la pierde totalmente. Bajo contenido en proteínas y grasas.

Dentro de los minerales el aporte más importante es el de potasio. Este mineral es necesario para la transmisión del impulso nervioso y muscular y para eliminar líquidos. También tiene otros minerales como el calcio, fósforo, magnesio, hierro, zinc, selenio y sodio, pero en menor cantidad.

Las vitaminas que posee: A, C, B3, B9, B12, E, siendo importantes se encuentran en menor proporción que en otras frutas como la naranja o la manzana.

Donde realmente destaca la granada es en su alto contenido de antioxidantes. Entre ellos se encuentran:

- **Los flavonoides**, colorantes naturales responsables de su característico color rojo y con una fuerte acción antitumoral.

- **Los taninos** con propiedades antiinflamatorias y astringentes, en una cantidad semejante a los que posee el vino tinto. Hay que tener en cuenta que aunque la fruta contiene algunos, donde se encuentran en cantidad significativa es en la corteza y la piel blanca de sabor amargo del interior.

- **Ácidos grasos**, como el cítrico, el elágico y el málico, también con propiedades antiinflamatorias.

Por estas características, la granada es un alimento idóneo en una dieta anticáncer, ya que la inflamación y la oxidación de las células pueden ser el origen de un proceso tumoral. Existen diversos estudios en ese sentido publicados por las Universidades de Porto, Massachussets y California en los últimos años que revelan que los fitoquímicos del extracto de granada pueden disminuir el desarrollo del cáncer en células tumorales de ratón y de humanos, especialmente en el cáncer de mama, gracias a su efecto antiestrogénico.

También es significativo el beneficio en el cáncer de próstata. El Dr. Gilberto Chéchile, director del Instituto de Enfermedades Prostáticas del Instituto Universitario Dexeus, aplicó a un grupo de pacientes con cáncer de próstata que habían fracasado en anteriores tratamientos, una terapia basada en el suministro de zumo de granada a diario, una dieta anticáncer y ejercicio. Observó que la progresión del PSA (marcador del avance del tumor en el cáncer de próstata) se ralentizó notablemente, pasando a 60 meses frente a los 15 meses habituales cuando no se aplica este método.

El efecto antioxidante y antiinflamatorio se refleja de igual manera en el estado de las arterias mejorando su elasticidad y disminuyendo la concentración y oxidación del colesterol LDL, por tanto podemos hablar también de un importante beneficio caridiovascular.

Tenemos entonces motivos suficientes para recomendar el consumo de la granada en los meses en que está disponible, si bien ya sabemos que no hay ninguna "superfruta", ningún "superalimento" que por sí solo blinde nuestra salud. Sólo una alimentación equilibrada con la presencia diaria de verduras y frutas variadas, con colores distintos que aportan nutrientes y fitoquímicos distintos, va a proporcionar de forma sinérgica la protección que buscamos.

Autora: L.M.C.

La traidora "curva de la felicidad".

La obesidad no es una mera cuestión estética. La obesidad y el sobrepeso son perjudiciales para la salud porque las células grasas segregan una gran variedad de sustancias que en exceso resultan dañinas.

Entre estas sustancias, las más perjudiciales son las las citoquinas.

No se sabe bien por qué las citoquinas que se agrupan en el abdomen (silueta de manzana) son más activas que las que se agrupan por ejemplo en la cadera o los muslos (silueta de pera).

El caso es que estas sustancias alteran el metabolismo del colesterol en el hígado elevando el nivel del colesterol LDL (malo) en la sangre, elevan también los triglicéridos y reducen el colesterol HDL (bueno). Interfieren con la acción de la insulina, lo que aumenta el nivel de glucosa en la sangre y empuja el organismo hacia la diabetes y en un efecto perverso, le están diciendo al cerebro "tengo más hambre, come más", de modo que la obesidad tiende a llevar a más obesidad.

Por tanto esa "tripita cervecera" o la famosa "curva de la felicidad" no son nada inocentes. Una circunferencia de más de 102 cm. en hombres o de 80 cm. en mujeres, indica sobrepeso y riesgo cardiovascular.[1]

Yogur, efecto antiobesidad.

Según un estudio dirigido por el Dr. Michael Zemel del Departamento de Nutrición de la Universidad de Tennessee en Knoxville, U.S.A., el calcio interfiere en la forma de absorber las grasas, favoreciendo la pérdida de peso. El efecto antiobesidad del calcio es aún mayor si procede del consumo de productos lácteos como el yogur, frente a suplementos de calcio aislado.

Los participantes en este estudio (adultos con sobrepeso) fueron divididos en tres grupos, siguiendo todos ellos una dieta con el mismo valor hipocalórico: el primero seguía la dieta pero con baja ingesta de calcio y productos lácteos; el segundo, además de la dieta tomaba suplementos de calcio y pocos productos lácteos y el tercero, dieta y abundantes productos lácteos (3-4 raciones diarias).

Después de 24 semanas, el tercer grupo, con un alto consumo de productos lácteos, fue el que perdió mayor porcentaje de peso. Pero lo mejor es que en este mismo grupo se observó una pérdida mayor de la grasa localizada en la región abdominal, disminuyendo así el riesgo de padecer graves enfermedades crónicas como las que afectan al corazón.

Se cree que es mayor la pérdida de peso cuando se ingiere el calcio a través de los alimentos porque hay una mejor disposición del organismo a asimilarlo, pero también es posible creer que los alimentos ricos en calcio tienen otros nutrientes benéficos para la salud que nos ayudan a regular mejor nuestro peso.

Ventajas del yogur desnatado sobre otros productos lácteos.- La leche es uno de los alimentos más ricos en calcio, pero un 70% de la población adulta no puede tomarla por presentar intolerancia a la lactosa. Por eso, el yogur presenta la ventaja de contener el mismo valor nutritivo que la leche y el mismo aporte de calcio, pero se digiere mejor, incluso por los que no toleran bien la leche. Otros derivados lácteos como el queso, aportan demasiada sal y grasa.

Para cubrir los requerimientos de calcio en las personas que siguen dieta de adelgazamiento, es preferible el yogur desnatado, pudiendo tomarse no sólo como desayuno o merienda, sino también en ensaladas, salsas, etc...

Autora: L.M.C

1-Fuente: La ciencia de la salud de Valentín Fuster.
2-Fuente: http//www.sabormediterraneo.com.

Visita a la granja de Huevos Ecológicos Pedaque.

El día 20 de agosto, 2 personas del Consejo Rector de La Garbancita Ecológica hemos visitado la granja de huevos, Pedaque, en Fuentemilanos (Segovia). Guadalupe nos recibió en el cruce del pueblo para saludarnos y anunciarnos que no podía estar con nosotras porque tenía reparto en la provincia, y Guillermo nos enseñó y explicó la actividad que realizan.

Se trata de una granja de producción ecológica de gallinas ponedoras que lleva 4 años en funcionamiento y que ha ido creciendo poco a poco. Las instalaciones se localizan en un terreno de alrededor de 6 hectáreas que comparten el uso de cultivo de cereal para pienso y la granja propiamente dicha que actualmente cuenta con 4 gallineros, dos depósitos para almacenamiento de pienso y un pequeño edificio que sirve para soportar las placas solares y el aerogenerador de que dispone la granja para calentar el agua y suministrar la energía eléctrica imprescindible para el funcionamiento de la instalación.

Gallineros: tienen una superficie de 92 m2 y capacidad para 540 gallinas en producción ecológica. Son móviles para facilitar su limpieza. Han sido instalados sobre una superficie de cemento que permite una limpieza total entre partida y partida de gallinas y evita la infiltración al terreno de los excrementos.

Los ponederos, a lo largo de todo el gallinero ocupan 12 m² aproximadamente. Tienen un sistema de cerrado automático, por la noche, para evitar que las gallinas duerman en ellos y manchen los huevos. Por la mañana, se abren de nuevo. Hay dispensadores de pienso y de agua a lo largo de todo el gallinero. Guillermo nos cuenta que vigilan mucho que los dispensadores de agua no se estropeen para evitar que se produzca una fuga y mojen el suelo y por tanto, los excrementos. Si eso se produce, las gallinas pueden enfermar.

El suelo metálico y agujereado está elevado un metro para facilitar que los excrementos caigan a un foso y no estén nunca en contacto con los animales, sino debajo de ellos. El gallinero tiene dos puertas horizontales a cada lado que cada mañana abren –todos los días del año sea invierno o verano- para que las gallinas campeen durante el día. Cada gallinero cuenta con dos patios, con una superficie aprox. de 4.000 m2 cada uno. El vallado de los patios también es móvil para que, cuando la hierba se agota en uno de ellos, se pueda trasladar a las gallinas al otro y permitir que el primero recupere su vegetación. En conjunto los 8 patios suman una superficie cercana a los 35.000 m². Por la noche, las gallinas vuelven al gallinero y los cierran. De lo contrario, tendrían bajas al convertirse en alimento de zorros.

Alimentación: a base de pienso ecológico elaborado con trigo, maíz y soja, pero también de la hierba que picotean en los patios. El pienso se elabora en Teruel, aunque parte de la materia prima es propia, fundamentalmente el trigo. Se trata de un pienso que no se estropea con las altas temperaturas que se producen en verano, porque ha sido triturado, granulado y pasteurizado.

Estancia al aire libre. La normativa exige un 30 por 100% fuera. Las gallinas de Pedaque están cada día al aire libre. Ni siquiera los días de nieve están encerradas. Durante todo el año tienen 9 horas de oscuridad ininterrupida dentro del gallinero –se supone que entonces duermen- y 15 de luz, la mayor parte del año natural. Cuando en invierno se reducen las horas de luz natural, encienden bombillas en el gallinero para alcanzar las 15 horas de luz. Esto es necesario para estabilizar la puesta de huevos.

Puesta: las gallinas normalmente ponen 2 huevos cada 3 días, es decir, un 66%. En la producción industrial llegan hasta un 80% debido a los piensos de alto rendimiento y a las horas de luz, que se encienden incluso durante la noche, interrumpiéndolas el sueño.

Ciclo de vida de las gallinas de Pedaque. Están en la granja durante 50 semanas. Al final de dicho periodo, se sacrifican para caldo o carne. Entonces, se levanta el gallinero con un tractor, se retiran los excrementos acumulados que se compostan para fertilizar los campos, se limpia todo y ya están en condiciones de recibir otra partida de gallinas para empezar un nuevo ciclo. Este proceso de puesta a punto dura un mes, aproximadamente. Cuando un nuevo lote de gallinas entra en el gallinero, están unos días sin salir, para aclimatarse y no tienen acceso a los ponederos. Aún no ponen apenas. Cuando en conjunto ponen un 50%, es decir una media de 2 huevos cada 6 días -normalmente al cabo de una semana aunque depende de la época del año-, les abren la zona de ponederos para que se acostumbren a hacer allí la puesta. Cada gallina suele poner sus huevos siempre en el mismo ponedero, o en el de al lado. Después de este aprendizaje, ya pueden salir al patio. Si no lo hicieran así, no cogerían el hábito de usar los ponederos y los huevos aparecerían, sucios y rotos, en el patio o en cualquier parte del gallinero.

sigue

La granja de Pedaque va renovando los lotes de gallinas a lo largo del año. Normalmente, cuando llega el verano, que se reduce el consumo y las gallinas ponen menos por el calor, retiran los lotes de un par de gallineros. A finales de julio o principios de agosto, entra un nuevo lote y a mediados de agosto otro.

Las gallinas que nos proporciona Sanchonar proceden de Pedaque y ambos compran el pienso conjuntamente para alcanzar volúmenes que les reduzcan los costes. El pienso es uno de los gastos más importantes en la economía de la granja.

Huevos: no están clasificados por su tamaño como nos acostumbra el mercado, aunque dada la rotación de los gallineros, tampoco habrá una diferencia grande entre unos y otros. El color de la yema depende de la hierba que hay en los patios, más clarita en agosto y más oscura en primavera. La clara es más consistente que en un huevo industrial. Todo el proceso de recogida del huevo es manual: su recogida en el gallinero, numeración y colocación en bandejas de 30 huevos y embalado en cajas, traslado a la nave autorizada –el garaje de su casa-, para el envasado en estuche, preparación y embalaje de los pedidos. Esta nave cuenta con techos altos y acondicionamiento para garantizar temperaturas inferiores a 18º. En pleno verano tienen que poner refrigeración en las horas centrales del día.

Los huevos que recibimos han sido puestos en los 2 ó 3 días anteriores. Cada día se marcan y llevan al almacén. No guardan huevos de una semana para la siguiente. Los del viernes, sábado y domingo viajan a Madrid, los de lunes y martes van a Valladolid y los de miércoles y jueves van a Segovia.

En la granja trabaja, con contrato a tiempo completo, un marroquí que lleva 20 años viviendo en el pueblo y es el sostén de todas las labores cotidianas de la granja y una perra mastín que aún no está muy acostumbrada a defender la finca de extraños. De hecho, en seguida se hizo amiga de nosotras.

Autora: P.G

¿Cuánto cuestan los alimentos?

Es frecuente escuchar que el precio de los alimentos ecológicos es demasiado elevado, motivo por el cual muchas personas no los consumen. Seguramente, las personas que lo dicen piensan que consumir ecológico significa consumir los mismos alimentos que habitualmente toman pero en versión ecológica. Esto no es así. Consumir alimentos ecológicos presupone, entre otras cosas, que:

- Conocemos bien la pirámide alimentaria, por lo tanto consumiremos muchas menos proteínas animales. Las proteínas vegetales, además de ser más saludables en general, también son más baratas.

- Dejaremos de incluir en nuestra cesta de la compra productos que no son alimentos (refrescos, zumos industriales, bollería industrial, chuches, aperitivos salados de baja calidad, precocinados, etc.) que, si nos paramos a analizarlos, además de no aportar ningún beneficio para nuestra salud (más bien lo contrario) encarecen más de lo que nos imaginamos nuestra cesta.

A continuación, os presentamos un cuadro de precios de algunas bebidas y alimentos. Juzgad vosotr@s mism@s.

Producto	Precio	Fuente	Precio envase*	Peso envase (ml/g)
Agua	0,0018 € / litro	OCU (2011)		
Fanta Naranja	1,70 € / litro	Carrefouronline	0,56 €	330
Acelgas verdes ECO	1,90 €/kg	La Garbancita Ecológica		
Arroz integral ECO	2,65 €/kg	La Garbancita Ecológica		
Red Bull	4,52 € / litro	Mercadona	1,49 €	330
Higos secos ECO	6,20 €/kg	La Garbancita Ecológica	3,10 €	500
Palomitas microondas Borges	6,67 €/kg	Carrefouronline	2,00 €	300
Croissants (marca blanca)	7,93 €/kg	Mercadona	1,19 €	150
Bollycao	8,67 €/kg	Mercadona	2,60 €	300
Nocilla	9,00 €/kg	Mercadona	1,71 €	190
Galletas de algarroba ECO	9,00 €/kg	La Garbancita Ecológica	2,70 €	300
Donuts	9,09 €/kg	Mercadona	1,89 €	208
Patatas fritas (marca blanca)	9,15 €/kg	Carrefouronline	1,19 €	130
Almendras con piel ECO	10,00 €/kg	La Garbancita Ecológica		
Chocolate con leche Nestlé	10,42 €/kg	Mercadona	1,25 €	120
Pantera Rosa	10,91 €/kg	Mercadona	1,20 €	110
Pringles	11,31 €/kg	Carrefouronline	1,98 €	175
Carne picada ECO	11,40 €/kg	La Garbancita Ecológica		
Chicles fresa (marca blanca)	17,56 €/kg	Mercadona	0,79 €	45
Chicles menta (Trident)	29,31 €/kg	Mercadona	1,70 €	58

* Julio 2012

Ensalada de cuscús con granada.

Ingredientes 4P

- ¼ kg. de cuscús integral
- 1 granada mediana
- ½ kg de tomates de ensalada
- 1 o 2 pimientos verdes, según el tamaño.
- 1 cebolla pequeña
- 2 dientes de ajo
- 4 cucharadas de aceite de oliva
- 1 cucharada de hierbas frescas picadas (perejil, orégano, hierbabuena, cilantro…)
- 1 cucharada de semillas de lino.
- 1 cucharadita de cúrcuma.
- 1 pellizco de pimienta negra.
- Sal marina (opcional)

Preparación

Medir el cuscús en un recipiente para saber el agua que vamos a necesitar. Ponerlo en un bol y verter encima el doble de agua hirviendo y un poquito más, tapar con un plato y esperar 10 minutos hasta que el agua se haya absorbido, dejar enfriar.

Picar en trozos muy pequeños la cebolla, el pimiento y los tomates y añadir al cuscús. Partir la granada en cuartos y desgranarla sobre el resto de los ingredientes. Por último aliñar con el aceite, la cúrcuma, la pimienta, el ajo y las hierbas muy bien picados; esparcir las semillas de lino y mezclar bien. Añadir un poco de sal marina si se desea.

Apunte dietético

La base de esta receta es el cuscús que aporta hidratos de carbono de absorción lenta para que sea un plato único y saciante. La fibra está contenida en el cuscús (al ser integral) en la granada, el tomate, el pimiento, la cebolla, las hierbas y las semillas. Las vitaminas están garantizadas por la reunión de la granada y las hortalizas (A, grupo B, C y E), al igual que los minerales (potasio, magnesio, fósforo, calcio y selenio).

Los alimentos que participan en esta receta están en la lista de los mejores alimentos para prevenir y luchar contra el cáncer y las enfermedades cardiovasculares, así como para reforzar la autoinmunidad:

Ajo y cebolla: especialmente contra el cáncer de esófago, estómago y colon. Licua la sangre favoreciendo la circulación.

Granada: cáncer de mama y próstata.

Semillas de lino y aceite de oliva: cáncer de mama, colon, próstata y páncreas. Reducen el colesterol y los triglicéridos.

Tomate y pimiento: pulmón, vejiga, próstata y colon. Reducen el colesterol

Fibra: colon. Reduce el colesterol

Cúrcuma: contra todo tipo de tumores ya que inhibe el riego de sangre necesario para su desarrollo y favorece el suicidio de las células anómalas. Efecto antitrombótico.

Todo ello en presencia de la vitamina C que además de aumentar las defensas, favorece la absorción de minerales y sustancias beneficiosas en el intestino.

L.M.C.

Helado de turrón.

Apunte dietético

Esta receta es deliciosa pero tiene un montón de calorías.

Nuestra recomendación es que el helado se tome no como postre sino como sustitución de otra comida, como por ejemplo, la merienda. **L.M.C.**

Ingredientes

- 1 tableta de turrón de Jijona (blando).
- 400 cc. de leche
- 5 huevos
- 2 cucharadas de azúcar morena (opcional)
- 6 o 7 almendras crudas peladas.

Preparación

Trituraremos el turrón y lo mezclaremos con las yemas y el azúcar en una cacerola.

Añadiremos a esta mezcla la leche hirviendo poco a poco y sin dejar de mover.

Pondremos sobre el fuego y retiraremos antes de que hierva. Lo echaremos en una fuente y dejaremos enfriar.

Cuando esté frío lo meteremos en el congelador y cuando empiece a endurecerse lo mezclaremos con la clara de dos huevos batida a punto de nieve. Adornar con las almendras picadas.

Paté de berenjena y tofu.

Preparación

Asa las berenjenas en el horno a 180º C hasta que estén tiernas, 30 minutos aproximadamente (el tiempo dependerá de su tamaño). Cuando estén listas, déjalas enfriar y después pélalas. También se pueden cocer las berenjenas.

Corta el tofu en dados y riégalo con salsa de soja. Déjalo marinar en el frigorífico durante, al menos, un par de horas.

Dispón las berenjenas troceadas en el vaso de la batidora, añade el tofu marinado, el sésamo, el diente de ajo, el aceite de oliva y la sal al gusto. Tritura hasta obtener una crema suave.

A continuación os presento una deliciosa receta de paté de berenjena y tofu, muy sencilla de elaborar y apta para cualquier bolsillo, siendo todos los ingredientes escogidos ecológicos y, por tanto, más saludables. Podéis consumirla como entrante, antes del plato principal, o bien acompañándolo ¡Que la disfrutéis!

Ingredientes

- Tres o cuatro pimientos
- 700 g de berenjenas (1,37€)
- 140 g tofu fresco (1,19€)
- 30 g sésamo tostado (0,36€)
- 15 ml salsa de soja (0,20€)
- 1 diente de ajo grande (0,02€)
- 50 ml aceite de oliva virgen extra (0,34€)
- Sal marina al gusto (0,01€)

Una vez hecho el paté de berenjena y tofu, colócalo en un recipiente tapado, y déjalo reposar en el frigorífico para que adquiera más consistencia y disfrutarlo bien fresco, aunque también se puede tomar recién hecho.

Se puede presentar en un plato con un chorrito de aceite y unas hojas de menta o albahaca decorándolo.

L.M.C.

Papas arrugadas con mojo picón.

Ingredientes

- Papas, agua y sal.

Preparación

Colocamos las papas en una olla y las cubrimos ligeramente con agua y abundante sal (más o menos como el agua de mar). Las ponemos al fuego y cuando ya estén cocinadas si nos queda agua, la sacamos del fuego tiramos el agua y dejamos como un dedo de agua, volvemos a colocarlas al fuego y vamos removiendo con la olla hasta que se consuma el agua.

Mi experiencia antes de pasaros la receta ha sido: He cocinado con una olla y fuego de gas, solo las he cubierto con un dedito de agua, a fuego fuerte y no necesite sacar el agua. Cuando quedaba un poco de agua las removí varias veces cogiendo la olla de las asas y listas. Se comen con la piel y Mojo Picón.

Oscar y Pepa de Aiguaclara

Mojo picón.

Es una salsa que se utiliza en La Palma para todo, podríamos decir que las papas con mojo es la receta más famosa, pero también acompaña al queso a la plancha de cabra, al gofio, al pescado etc.

Ingredientes

- Tres o cuatro pimientos
- Podemos utilizar dos clases, el Pimiento rojo picante seco (hay que hidratarlo con agua caliente unas horas antes) o pimiento rojo tierno junto con un trocito de guindilla.
- 2 dientes de ajo seco, muy poquita sal
- Aceite de oliva, un chorrito de vinagre
- Comino molido a gusto
- Opcional: almendra molida

Preparación

Cortamos el pimiento a trozos, incorporamos los ingredientes y lo trituramos todo y listo para acompañar.

Podemos disfrutar de dos variedades de Mojo Picon, Mojo Rojo o Mojo Verde. Con los ingredientes de esta receta disfrutaremos del Mojo Rojo.

Para saborear el Mojo Verde seguimos el mismo procedimiento pero cambiamos el pimiento rojo por el verde o también podemos cambiar el pimiento verde por una mezcla de cilantro y perejil.

Oscar y Pepa de Aiguaclara

Nueva pirámide alimentaria, deportiva y emocional.

Durante el curso 2011-2012, La Garbancita y el Grupo de Trabajo de Educación Alimentaria en la Escuela (madres/padres, maestr@s, profesores/as, consumidores/as) plantearon la necesidad de buscar una pirámide alimentaria que se ajustase al modelo de alimentación saludable que defendemos y tratamos de difundir.

Hasta la fecha, para las actividades de educación alimentaria llevadas a cabo, se había utilizado la pirámide NAOS, herramienta de la Estrategia NAOS (Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad), que se puso en marcha en el año 2005 desde el Ministerio de Sanidad y Consumo, a través de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), con el objetivo de sensibilizar a la población del problema que la obesidad representa para la salud, y de impulsar aquellas iniciativas que contribuyeran a lograr que l@s ciudadan@s, y especialmente l@s niñ@s y l@s jóvenes, adoptaran hábitos de vida saludables, principalmente a través de una alimentación saludable y de la práctica regular de actividad física. Por ello, su propuesta de pirámide alimentaria incorpora la realización regular de ejercicio físico, una aportación muy didáctica e interesante. He aquí la versión básica de dicha pirámide:

En la base de la pirámide:

Los cereales ocupan un espacio muy escaso no relacionado con la importancia que realmente deberían tener en nuestra dieta. Además, no se sugiere que éstos deban ser integrales (tampoco en el decálogo que establece la Estrategia NAOS; véase la página 23 del archivo **http://www.naos.aesan.msssi.gob.es/naos/ficheros/estrategia/estrategianaos.pdf).**

Los lácteos no ofrecen ninguna recomendación acerca de que deberían consumirse bajos en grasas.

Los frutos secos, con propiedades muy beneficiosas para la salud, deberían consumirse (casi) a diario, aunque en cantidades pequeñas. Sin embargo, en la pirámide NAOS aparecen en el consumo semanal.

Las carnes rojas deberían ubicarse en la cúspide de la pirámide, ya que es bien sabido que su consumo debe ser esporádico.

En la frecuencia semanal:

Según la Estrategia NAOS (véase su decálogo), las proteínas deben aportar entre el 10% y el 15% de las calorías totales, debiendo combinarse proteínas de origen animal y vegetal en la dieta. Sin embargo, en la pirámide, las proteínas de origen animal tienen un espacio demasiado protagonista, lo que sugiere mayor presencia de las mismas en la dieta.

Los embutidos deberían aparecer en la parte superior de la pirámide, por su aportación de grasas saturadas, sal y aditivos alimentarios, de presencia tan excesiva en estos productos como innecesaria.

En la frecuencia ocasional:

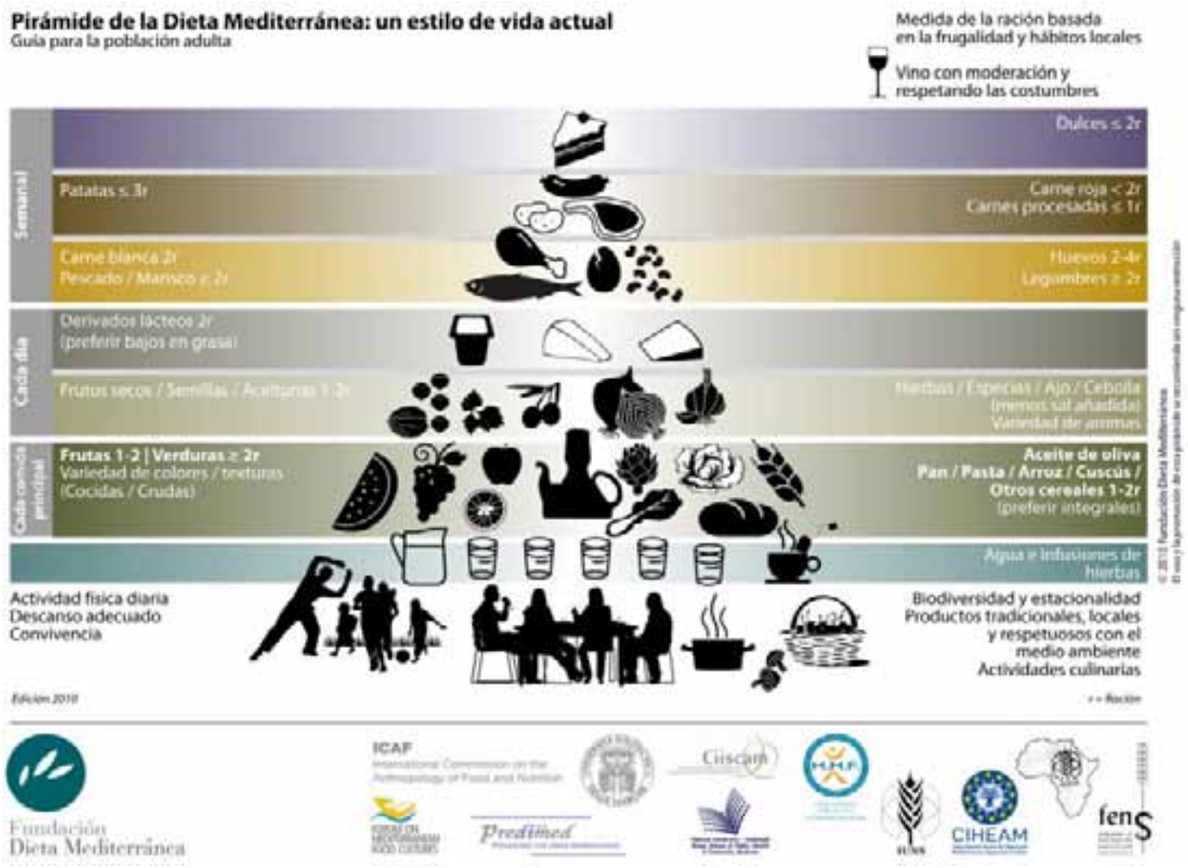
Como ya se ha comentado, falltarían algunos elementos importantes, como las carnes rojas o los embutidos.

Por otro lado, en el año 2006 se puso en marcha el denominado Programa PERSEO (programa Piloto Escolar de Referencia para la Salud y el Ejercicio, contra la Obesidad), en el marco de la Estrategia NAOS, cuyo principal objetivo es promover la adquisición de hábitos de alimentarios saludables y estimular la práctica de actividad física regular entre l@s escolares, para prevenir la aparición de obesidad y otras enfermedades. Es decir, se trata de un programa específicamente dirigido al ámbito escolar, concretamente a alumn@s de educación primaria. Este programa cuenta con algunos materiales divulgativos de gran interés **(http://www.perseo.aesan.msps.es/es/programa/secciones/material_divulgativo.shtml),** pero que también adolecen de algunas recomendaciones básicas como, por ejemplo, la presencia de alimentos integrales dentro de la alimentación de l@s niñ@s.

En ningún caso encontramos en los programas anteriormente expuestos la presencia de los alimentos ecológicos.

Analizado todo lo anterior, en el Grupo de Educación Alimentaria en la Escuela decidimos buscar otras pirámides más completas, reconocidas por la Comunidad Científica, como la propuesta por la Fundación Dieta Mediterránea, que incluye muchos aspectos nuevos e interesantes respecto a la NAOS **(http://dietamediterranea.com/piramide-dietamediterranea/)**. Esta pirámide, bastante acertada en muchas de sus sugerencias, está indicada para la población adulta, por lo que precisa ciertos ajustes para ser utilizada para la población infantil (por ejemplo, retirar el consumo de vino). Por otro lado, tiene elementos de gran interés como: sugerir la biodiversidad y estacionalidad de los alimentos que consumimos, la presencia de productos tradicionales y locales en nuestra dieta y, además, respetuosos con el Medio Ambiente (¿sugiere, por fin, de la presencia habitual de alimentos ecológicos en nuestra dieta?). Además, esta pirámide incorpora diariamente los frutos secos y las especias, muy presentes en la Dieta Mediterránea, la cual, no lo olvidemos, es patrimonio de diversos países además del nuestro, como Italia, Grecia, Marruecos, Francia o Malta. Otros aspectos de interés es la presencia de los lácteos bajos en grasa o la limitación de la sal.

A todo lo anterior hay que añadir que l@s componentes del Grupo de Educación Alimentaria, contagiad@s por la participación de personas de la comunidad educativa de las Escuelas Aguirre, -que participa en el Programa de Salud Integral (S.I.), creado por el prestigioso doctor Valentín Fuster en



sigue >>>

sigue >>>

2009 a través de la Fundación Internacional SHE (Science, Health and Education), una organización sin ánimo de lucro que, basándose en la investigación básica y clínica (Science), tiene el objetivo de promover la salud (Health) mediante la comunicación y la educación (Education) a la población-, vimos la necesidad de incorporar un tercer elemento a la pirámide: las emociones. Así, teníamos la terna alimentación-ejercicio-emociones como pilar de la salud física y emocional.

Después de trabajar durante varias reuniones en la construcción de una pirámide "completa", y gracias a la colaboración de una consumidora de La Garbancita - licenciada en Bellas Artes, artista y profesora de un instituto público-, nuestro quehacer ha quedado plasmado en la imagen que os presentamos en la contraportada de esta revista. Esta nueva pirámide integra lo mejor de los proyectos citados en este artículo, todos ellos avalados por la comunidad científica.

Destacamos:

- La presencia habitual de productos ecológicos y de temporada en nuestra dieta diaria.

- La importancia que merecen las frutas y hortalizas en la dieta.

- Sólo alimentos integrales.

- Lácteos sí, pero bajos en grasas.

- El agua, principal líquido para nuestro organismo, en la base de la pirámide; versus las bebidas carbonatadas y azucaradas -de consumo cero o casi cero- en la cúspide de la imagen.

- Las proteínas vegetales versus las proteínas animales, mucho menos protagonistas estas últimas que en otras pirámides alimentarias estudiadas.

- Las emociones positivas y las relaciones saludables entre las personas son imprescindibles, y base de nuestra salud mental: "Quererse, comunicarse, relacionarse".

- La tranquilidad, sugerida por imágenes de personas que sonríen, se emocionan y comparten.

- El ejercicio físico frecuente: emplear las escaleras, caminar o montar en bicicleta en las distancias cortas, hacer deporte.

- La obesidad, el sedentarismo, las emociones negativas (tristeza, enfado) o los productos que no son alimentos (bebidas carbonatadas, chucherías, bollería industrial) deben evitarse. Las carnes rojas también en pequeña cantidad.

- El contacto con la naturaleza –especialmente importante para l@s urbanitas- no sólo para hacer deporte, sino también considerar la experiencia de volver al contacto con la tierra que nos da los alimentos.

- Las imágenes de la pirámide son cercanas, profundas, sencillas, tranquilas, tiernas y están cargadas de información per se.

- La pirámide se puede estudiar en vertical y horizontal; promueve la reflexión entre quienes la observan.

Como se ha ido mostrando a lo largo del artículo, esta pirámide alimentaria, deportiva y emocional pretende integrar y mejorar varios proyectos reconocidos (NAOS, PERSEO, Fundación Dieta Mediterránea, entre otros), ser didáctica, sencilla; por eso está en continua revisión, sigue creciendo, incorporando, cambiando, mejorando... y, sobre todo, es nuestra, y se aproxima más a nuestra identidad. Si estás interesad@ en utilizarla y/o deseas formar parte del Grupo de Educación Alimentaria en la Escuela, ponte en contacto con nosotr@s.

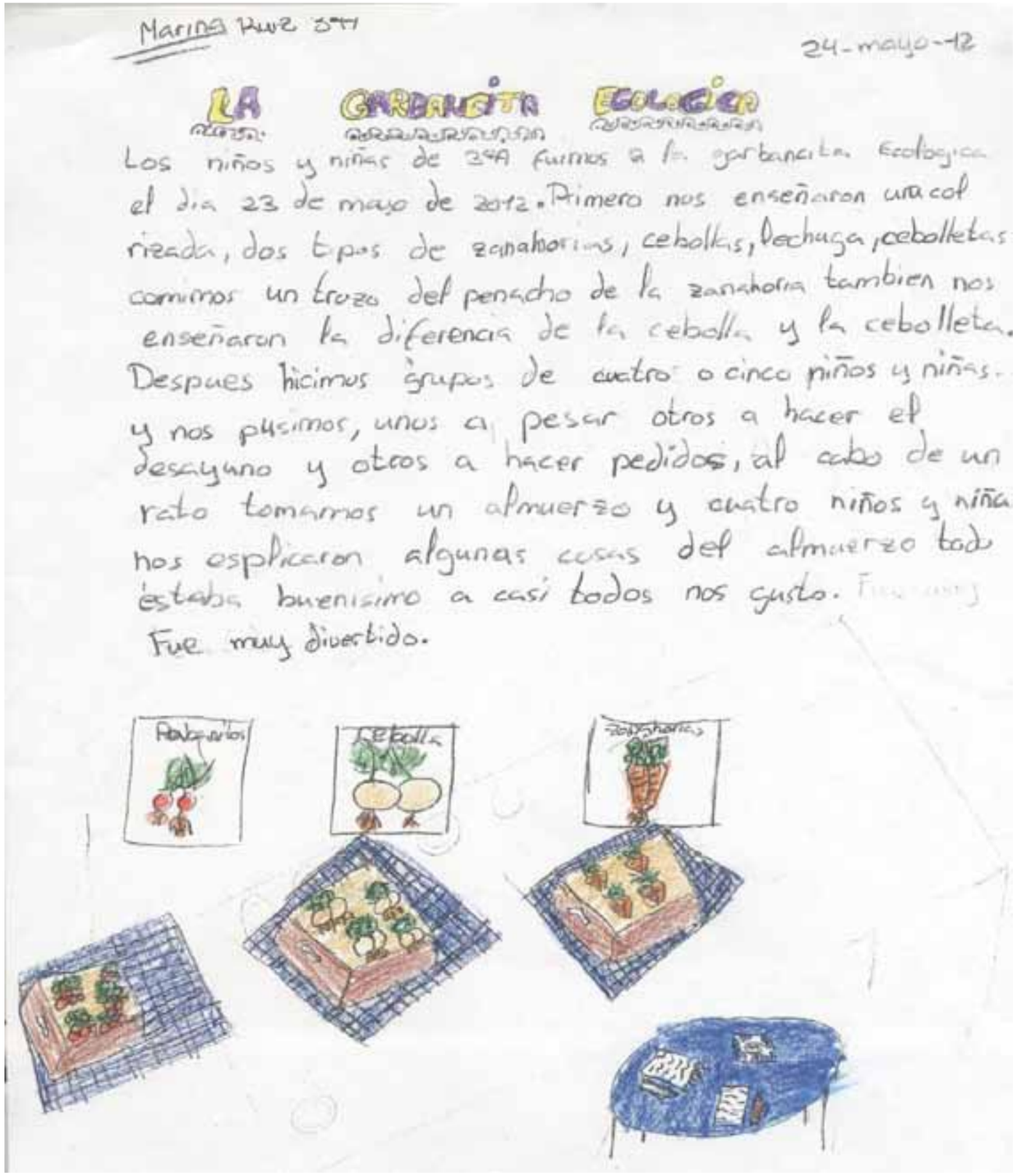
Imagen en la contraportada

Autora: Diana Huerta

Grupo de Educación Alimentaria en la Escuela
La Garbancita Ecológica

Visita a la Garbancita Ecológica.

Por Marina Ruiz, alumna de 3º de primaria.


Marina Ruiz 3ºA

24-mayo-12

LA GARBANCITA ECOLOGICA

Los niños y niñas de 3ºA fuimos a la garbancita Ecologica el dia 23 de mayo de 2012. Primero nos enseñaron una col rizada, dos tipos de zanahorias, cebollas, lechuga, cebolletas comimos un trozo del penacho de la zanahoria tambien nos enseñaron la diferencia de la cebolla y la cebolleta. Despues hicimos grupos de cuatro o cinco niños y niñas. y nos pusimos, unos a pesar otros a hacer el desayuno y otros a hacer pedidos, al cabo de un rato tomamos un almuerzo y cuatro niños y niña nos esplicaron algunas cosas del almuerzo todo estaba buenisimo a casi todos nos gusto. Fue muy divertido.

Encuesta sobre comida basura realizada a alumn@s de 1º de eso.

Estas respuestas me hacen pensar que los chicos y chicas de 1º de ESO le dan más importancia a comer algo que les guste que a la calidad o a lo saludable que sea la comida, porque aunque saben que la comida rápida no es buena, e incluso creen que es comida basura, siguen consumiéndola con bastante frecuencia.

En el tema de estadística de la asignatura de matemáticas, la profesora nos propuso diseñar y realizar una pequeña investigación sobre cualquier tema de nuestro interés. En las conversaciones con mis compañeros y compañeras veo que es frecuente que vayan a restaurantes de comida rápida y consuman este tipo de productos.

En casa hablamos de este tema y consumimos alimentos ecológicos, además, a mí me impactó el documental Supersizeme porque se ven muy claras las consecuencias del consumo de comida basura, así que decidí que ése era el tema que iba a investigar. Como no tenía mucho tiempo para hacerlo, el número de chicos y chicas que participaron es pequeño, pero creo que representa bien a los chicos y chicas de 13 años de mi instituto y posiblemente de otros institutos. A continuación presento un resumen del trabajo que realicé.

Me interesó conocer con qué frecuencia niños y niñas de 1º de la ESO van a restaurantes de comida rápida, el tipo de comida que comen en estos restaurantes, qué es para ellos la comida basura y por qué creen que algunos alimentos son comida basura.

Con estas ideas elaboré un cuestionario de cinco preguntas, al que respondieron un grupo de 14 chicos y chicas de 1º de ESO de mi instituto, el IES San Fernando. La recogida de datos la realicé en un solo día y los participantes se eligieron al azar y participaron voluntariamente.

A continuación expondré los resultados que obtuve:

Pregunta 1. ¿Vas a restaurantes de comida rápida?

Tan sólo 2 chicos y una chica no van nunca a restaurantes de comida rápida. El resto de los chicos (71,4%) van de vez en cuando. Las chicas se reparten entre de vez en cuando (42%), todos los meses (28,5%) y todas las semanas (14,3%). Según estos resultados, parece que las chicas van con más frecuencia que los chicos.

Pregunta 2. ¿Qué sueles comer en estos sitios?

Todos los chicos que van a estos restaurantes piden hamburguesas y refrescos, además uno pide otras cosas (un dulce de postre). Las chicas son más variadas en lo que comen, la mayoría (66,7%) piden refrescos para beber y, de comer, se reparten entre hamburguesas (50%), nuggets (33,3%) y ensaladas (16,7%).

Pregunta 3. ¿Cuándo has ido te ha gustado la comida?

A la mayoría de los que van a estos restaurantes les gusta mucho (71,4% de chicas y 57,1% de chicos) o regular (14,3% de chicas y 28,6% de chicos) la comida. Sólo a una chica no le gusta nada y a un chico poco.

Pregunta 4. ¿Qué alimentos consideras comida basura?

Casi todos (85,7% de chicas y 71,4% de chicos) creen que las hamburguesas son comida basura, la mitad de las chicas creen que los perritos también lo son, pero ningún chico cree que lo sean. El 28,6% de las chicas y el 57,14% de los chicos creen que las pizzas son comida basura. Además, el 14,3% de las chicas y el 42,8% de los chicos creen que las patatas fritas lo son. Finalmente, sólo una chica piensa que los filetes son comida basura, sin embargo, ningún chico lo cree.

Pregunta 5. ¿Por qué crees que algunos alimentos son comida basura?

El 42,9% de las chicas creen que algunos alimentos son comida basura porque son fritos y otro 42,9% por otras razones que no indican; sólo el 14,2% dice que son comida basura porque son alimentos de mala calidad. Respecto a los chicos, el 57,1% creen que son comida basura porque son fritos y el 42,9% de ellos dicen que porque son de mala calidad, no dan más razones.

Interpretación general del estudio

Según esta sencilla encuesta, vemos que en general, la mayoría de los chicos y chicas de 1º de ESO (12-13 años) van con bastante frecuencia a los restaurantes de comida rápida, dicen que les gustan y piden sobre todo hamburguesas y refrescos, aunque hay algunas diferencias entre los chicos y las chicas porque ellas son algo más variadas en los productos que consumen en estos restaurantes.

Lo que más me llama la atención es que consumen hamburguesas aunque reconocen que son comida basura. Cuando les pregunté las razones por las que creen que algunos alimentos son comida basura, las respuestas más frecuentes, tanto en los chicos como en las chicas fueron: porque son de mala calidad y porque son fritos.

Estas respuestas me hacen pensar que los chicos y chicas de 1º de ESO le dan más importancia a comer algo que les guste que a la calidad o a lo saludable que sea la comida, porque aunque saben que la comida rápida no es buena, e incluso creen que es comida basura, siguen consumiéndola con bastante frecuencia.

Me parece que esto es un problema porque está demostrado que comer con frecuencia comida rápida es muy perjudicial para la salud y favorece que haya más casos de obesidad y otras enfermedades en los niños y adolescentes. Sabemos también que estos problemas están aumentando mucho en los últimos años entre los niños.

Por eso creo que sería necesario trabajar con los chicos y chicas las consecuencias que puede tener comer estos alimentos. Se deberían organizar en todos los institutos talleres o charlas educativas sobre este tema porque aunque pensemos que sabemos muchas cosas, algunas parece que no nos quedan tan claras.

La educacuón Alimentaria en la escuela, puede ser clave para la salud de nuestras hijas e hijos.

Autora:Alba Romero Caballero, Estudiante de 2º de ESO, IES San Fernando, Madrid

sigue

Oferta de la Garbancita Ecológica a centros educativos.

LA GARBANCITA ECOLÓGICA

COOP. DE CONSUMO RESPONSABLE

Estimad@s profesor@s, madres y padres:

La Garbancita Ecológica es una cooperativa sin ánimo de lucro, comprometida en el fomento de una alimentación responsable agroecológica desde la educación alimentaria.

Ofrecemos -en relación directa con agricultor@s ecológic@s- alimentos de temporada, recién recolectados, con certificación ecológica participativa, precios justos para el campo y asequibles para l@s consumidor@s.

El sistema agroalimentario favorece la industrialización, mercantilización y globalización de los alimentos, lo que produce hambre en los países empobrecidos y obesidad, entre otras enfermedades alimentarias, en los países ricos. La presión publicitaria explica el abandono de la dieta mediterránea y la implantación de malos hábitos alimentarios, especialmente en nuestr@s niñ@s.

Nuestro proyecto educativo para el medio escolar persigue la implicación de alumn@s, profesor@s, familias y entorno comunitario. Integramos contenidos del Programa PERSEO (Programa Educativo de Referencia para la Salud, Ejercicio físico y contra la Obesidad) y del Programa SI (Salud Integral). Facilitamos el enlace para descargar nuestra pirámide de Alimentación, Deporte y Emociones: http://www.lagarbancitaecologica.org/garbancita_1.5.6/download/carteles/PIRAMIDE.pdf

Actividades para el curso 2012-2013

- Excursión a la autogestión. Visita pedagógico-participativa, un día de reparto en la cooperativa.
- Menús ecológicos para el comedor escolar.
- Charlas, Talleres y Cursos de Educación Alimentaria para alumn@s y adult@s.
- Actividades educativas para la Semana Cultural.
- Desayunos y meriendas saludables. Degustación-taller para padres y madres.
- Fruta ecológica para el recreo.
- Participación como consumidores/as de La Garbancita Ecológica.

Para más información, entrevista o charla-presentación de La Garbancita Ecológica: lacestabasica@lagarbancitaecologica.org y 618215863.

La Garbancita Ecológica. c/Puerto del Milagro, 8 (esquina Puerto de Viñamala). Vallecas. 28018-Madrid

Bolivia expulsa a la Coca Cola y Mc. Donalds quiebra y se va también.

Bolivia expulsa a la Coca-Cola.

En una decisión con rasgos evidentemente mediáticos, pero no por ello menos admirable, Coca Cola será expulsada de Bolivia a partir del próximo 21 de diciembre de 2012. De acuerdo con el ministro de Exteriores boliviano, David Choquehuanca, esta determinación estará en sintonía con el "fin" del calendario maya, y será parte de los festejos para celebrar el fin del capitalismo y el comienzo de "la cultura de la vida". La fiesta se llevara a cabo el día del solsticio de verano (en el hemisferio sur) en la Isla del Sol, ubicada en el lago Titicaca.

"El 21 de diciembre de 2012 es el fin de egoísmo, de la división. El 21 diciembre tiene que ser el fin de la Coca Cola, y el comienzo del mocochinche (refresco de durazno)", dijo Choquehuanca en un acto junto al mandatario Evo Morales. "Los planetas se alinean después de 26.000 años [...] es el fin del capitalismo y el comienzo del comunitarismo", agregó el ministro.

Si bien esta medida busca atraer los reflectores hacia un gobierno boliviano que ha recibido múltiples críticas desde diversas trincheras, lo cierto es que simbólicamente podría traducirse en un aliciente para mejorar las condiciones de salud entre los habitantes del país.

Recordemos que la Coca Cola, así como la mayoría de los refrescos industriales, contiene diversas sustancias que han probado ser perjudiciales para la salud cuyo consumo periódico se asocia, incluso, a infartos cardiacos y derrames cerebrales.

Fuente: The Clinic online.

McDonald's se va de Bolivia por desinterés del público y cierra todos sus locales.

Después de 14 años de presencia en el país sudamericano, y a pesar de haber intentado todas las campañas imaginables, la cadena se vio obligada a cerrar los ocho restoranes que mantenía abiertos en las tres principales ciudades del país: La Paz, Cochabamba y Santa Cruz de la Sierra.

Se trata del segundo país latinoamericano –también Cuba- que no tendrá McDonald´s y el primer país en el mundo donde la empresa cierra por tener sus números en rojo durante más de una década.

El impacto para los creativos y jefes de marketing, que no acaban de superar su frustración, ha sido de tal fuerza que grabaron un documental titulado '¿Por qué quebró McDonald´s en Bolivia?', donde intentan explicar de algún modo las razones que llevaron a los bolivianos a seguir prefiriendo las ricas empanadas a las hamburguesas.

Rechazo cultural.

El documental incluye reportajes a cocineros, sociólogos, nutricionistas, educadores, historiadores y más, donde hay una coincidencia general: el rechazo no es a las hamburguesas ni a su gusto, el rechazo está en la mentalidad de los bolivianos. El concepto 'fast-food' es, literalmente, la antítesis de la concepción que un boliviano tiene de cómo debe prepararse una comida. En Bolivia, aun se conserva el concepto de la cultura gastronómica tradicional, en donde el rito de la comida empieza desde decidir que se va a comer, ir al mercado a comprar los ingredientes, convivir mientras se preparan los alimentos, la forma en que se presentan y la manera en que se sirven. La comida, para ser buena, requiere, de gusto, esmero e higiene y sazón que se adquiere con mucho tiempo de preparación.

Fuente: Kaos en la Red. LaRed21 - http://www.lr21.com.uy

Contaminantes cancerígenos en lechugas, tomates, pepinos y manzanas.

Los vegetales, símbolo de salud en nuestra dieta y que consumimos crudos principalmente en ensaladas, pueden ser también una fuente de contaminación. Son sensibles a la misma en el transporte, en su almacenamiento, en su manipulación. Pero la más preocupante, precisamente por la invisibilización que los intereses del agronegocio ejercen sobre este tipo de contaminación, procede de los residuos que dejan los fertilizantes químicos, insecticidas y herbicidas empleados en la producción agraria que tiene una presencia generalizada en el mercado global y que eufemísticamente se denomina "agricultura convencional".

Encontraron unos 30 tipos de tóxicos diferentes en los vegetales de consumo habitual en la dieta de un adulto. Los tóxicos que interfieren de manera directa en el sistema endocrino, nervioso y hormonal del ser humano se denominan disruptores endocrinos (EDC) porque, al adentrarse en nuestro organismo, tienen la capacidad de comportarse como si fueran hormonas. Esta confusión tiene consecuencias como malformaciones genéticas, desarrollos anómalos en edades cruciales para el crecimiento (bebés, infancia, adolescencia, madres gestantes, etc.), problemas de regulación del tiroides, cáncer de mama o de próstata, disfunciones fértiles, daños cerebrales, obesidad y diabetes. A su vez, la peligrosidad de estos compuestos se agudiza al aparecer combinados distintos químicos, multiplicándose los efectos nocivos sobre la salud humana y animal.

Alianza para la acción frente a los pesticidas.

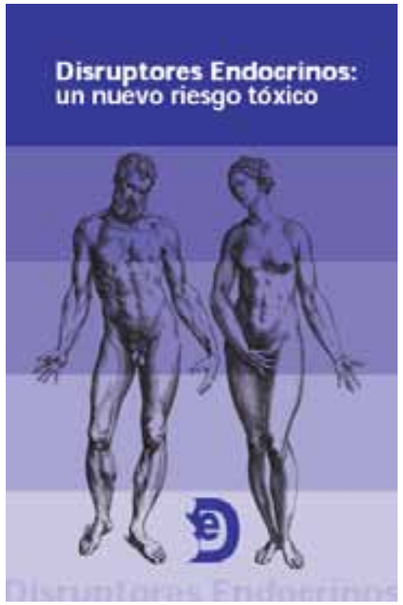
La Alianza para la Acción frente a los Pesticidas, conocida como PAN Europa por sus siglas en inglés, ha realizado, en el ámbito europeo, un informe exhaustivo sobre los contaminantes químicos presentes en frutas y verduras. Para ello han utilizado los datos publicados por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA), en los que se mostraron restos de pesticidas, con un notable riesgo para la salud, en diferentes vegetales.

¿sabias que...?

Entre los vegetales evaluados, la lechuga alcanzó los niveles más altos de EDC, seguida de los tomates, los pepinos, las manzanas y los puerros.

PAN Europe centró su estudio en los disruptores endocrinos (EDC) porque, a pesar de que sus daños están bien estudiados y documentados, aún se subestima en la legislación europea el efecto sobre la salud humana y animal de estos químicos. No hay criterios específicos oficiales respecto a qué son los disruptores endocrinos. Las cantidades mínimas a partir de las cuales causan daños en la salud están muy por debajo de los Límites Máximos de Residuos legales autorizadas (LMR) de estos químicos en la alimentación. Por lo tanto, la legislación no nos protege de su toxicidad. Los disruptores endocrinos también se encuentran en productos que están en contacto con nuestro cuerpo como son la cosmética e higiene personal, los biberones y los productos de limpieza. Esto abre otro frente de enfermedades asociadas a la intolerancia a los químicos (fibromialgia, fatiga crónica, Sindrome Químico Múltiple, etc.).

En diciembre de 2013, la Comisión Europea debe adoptar una decisión sobre los límites de residuos de los disruptores



endocrinos en la legislación sobre plaguicidas. Forma parte de un proceso iniciado en 1991, con la Directiva 414/1991 que fue la primera legislación sobre plaguicidas en Europa después de 50 años de autorización y uso sin control. A partir de entonces, comienza un proceso que debía durar 12 años pero que se ha dilatado hasta 2009, de revisión de las autorizaciones sobre los plaguicidas, ya que la mayor parte de ellos estaban autorizados desde su salida al mercado sin aportar estudios que probasen su inocuidad en toxicidad humana y ecológica. Daba igual si eran persistentes, bioacumulativos, cancerígenos, etc. A lo largo de estos años han dejado de autorizarse muchos productos por su peligrosidad pero, sobre todo, por falta de rentabilidad comercial. No obstante, como se constata en este informe, muchos menos de los que deberían. Se mueve mucho dinero detrás de los pesticidas y la industria química europea es muy poderosa.

sigue >>>

PAN Europa ha lanzado una campaña de sensibilización pública para que la Comisión no se entregue a los intereses de la industria.

El conocimiento de los tóxicos que se ocultan en la verdura industrial no debe empujarnos a reducir nuestro consumo de verduras y frutas frescas. Todo lo contrario, puesto que la mayoría de los componentes que nos protegen del cáncer y las enfermedades que debilitan nuestro sistema endocrino e inmunológico están precisamente en las frutas y verduras. Debe servirnos para que apostemos, aún con mayor convicción, por aumentar nuestra ingesta de verduras y frutas de temporada para proteger nuestra salud, apoyando a los agricultores que producen alimentos ecológicos, cuidando la naturaleza y nuestra salud y no se entregan a los intereses del mercado global.

Autora: Pilar Galindo

Referencias Bibliográficas:

Alimentación disruptiva: más de 30 pesticidas disruptores endocrinos encontrados en frutas y verduras en la Unión Europea. http://www.disruptingfood.info/

Pesticide Action Network: http://www.pan-europe.info/

GRUPO DE ESTUDIOS AGROECOLÓGICOS (GEA). El principio de precaución en manos de las multinacionales agroquímicas. En "Cómo nos envenenan. La seguridad alimentaria en manos de las multinacionales". 4ª entrega de la campaña 17 DE ABRIL, DÍA DE LAS LUCHAS CAMPESINAS. www.lagarbancitaecologica.org

Fruitalpuntbio pierde la cosecha por una catástrofe climática en Lleida.

Cuando el cambio climático arruina a agricultores comprometidos, el consumo responsable no puede mirar hacia otro lado.

La noche del 27 de Julio de 2012 una fuerte tormenta con granizo acabó con la producción frutícola a punto de recolectar de dos de los agricultores de Fruitalpuntbio, Nadal y David, en Vilanova de Segrià. Árboles y frutas apedreadas. Melocotones, uvas y manzanas destrozadas. Para Nadal, era la cosecha de su vida.

Las heladas del 12 de abril ya dañaron las ilusiones y las previsiones de Miquel, Gema y José Ramón. Fruitalpuntbio está sufriendo un año muy duro. En dos días (12 de abril y 27 de Julio) se pierde el trabajo de años.

Tras el duelo, continúan su "lucha sin fin", como la describe Miquel, buscando alternativas en su huerta (tomates, pimientos, puerros...) y en sus frutales (zumos de melocotón, manzana, nectarina, y los frutos que se han salvado de la pedrisca).

Durante el mes de agosto, Miquel y José Ramón nos han ofrecido melocotones, nectarinas, ciruela claudia, sandías y tomates Rose Colldefoix. Pero este invierno no podremos disfrutar de las sabrosas manzanas y peras de Fruitalpuntbio.

Los daños en frutos y árboles podemos verlos en dolorosas imágenes en las que Nadal recorre los campos anegados por el agua y el granizo. Aquí en video:

* Fruitalpuntbio: Predegada julio 2012:

http://www.youtube.com/watch?v=n-GjlgY89wg&feature=context-cha

* Segunda parte del terror:

http://www.youtube.com/watch?v=hGYFXaEoGuY&feature=plcp

* Pedregada manzanas ecologicas:

http://www.youtube.com/watch?v=IWMBsBV4vco&feature=context-cha

* "Nadal... i cap d´any":

http://www.youtube.com/watch?v=CbR5ijy_fi8&feature=context-cha

¿Qué podemos hacer para que nuestros valerosos agricultor@s no estén solos ante la adversidad provocada por las emisiones de CO^2 y la contaminación que se derivan de nuestro consumismo irracional?

Consume los zumos de manzana y melocotón envasados en vidrio por Fruitalpuntbio que te hacemos llegar sin cargar el margen económico de la cooperativa.

Certificación de Huevos El Majadal.

Durante este verano hemos estado recibiendo huevos El Majadal, una pequeña granja radicada en Maello, Ávila, a 94 km de Madrid. Pilar y Cristina son las mujeres que se ocupan de esta granja. Durante el verano, los grupos que consumen su producción se han ido de vacaciones y nos han pedido que les ayudemos a dar salida a los huevos que sus gallinas siguen poniendo.

Pilar y Cristina realizan un manejo en ecológico aunque, debido al reducido tamaño de la granja, han decidido no recurrir por el momento a la certificación. En sus propias palabras:

"De momento no vamos a certificar la calidad de los huevos con el sello del consejo regulador regional, es una granja pequeña y creemos que no es necesario, pero sí es conveniente que lo sepáis, porque nuestra información promocional no podrá llevar determinadas palabras como ecológico, etc... cuando podamos aumentar el número de animales lo estudiaremos"

Hace unos días una consumidora nos preguntó porqué el código de numeración de los huevos era el equivalente a huevos de gallinas de corral (1) en lugar del (0) de la producción ecológica. Inmediatamente le trasladamos esta pregunta a Pilar y Cristina, de El Majadal. Su respuesta, también inmediata, fue la siguiente:

"Al dar de alta una explotación avícola en una Consejería de Ganadería y Agricultura, en función de si las gallinas son criadas en suelo o en jaula, te dan una codificación, que es el 3 para jaula o el 2 para suelo, si son camperas es el 1, pero en esta institución no conceden el 0. Este dígito lo concede el Consejo Regulador de Agricultura y Ganadería Ecológica regional, al cual nosotras no hemos acudido aún por varios motivos, entre ellos, que por ser probablemente la explotación extensiva de gallinas de puesta más pequeña de todo el país, no nos compensa el gasto de tiempo, dinero, energías...

¿sabias que...?

Para que una granja avícola de gallinas de puesta sea ecológica y le concedan el cero, hay que cumplir estos requisitos:

1- Que las gallinas tengan 4m2 de zona de campeo y densidad de 6 gallinas/m2 en gallinero - Las nuestras tiene 7m2 de zona de campeo y el reglamentario en el gallinero.

2- Que entren y salgan libremente del gallinero - Y así es en nuestro caso.

3- Que tengan sus 8 horas de descanso nocturno - Creo que están en torno a las 9 horas en verano y a las 10 el resto del año. Funcionamos 100% con luz solar y tenemos una instalación muy ajustadita.

4- Que el 80% de su alimentación sea de procedencia ecológica - Las nuestras tienen el 100% con pienso de Bioloma, una empresa familiar en Jaen y trigo de Juanjo, un agricultor en ecológico de Galápagos, Guadalajara.

5- Que no tomen ningún tipo de antibiótico - Las nuestras tienen un sistema inmune fuerte porque tratamos el agua con microorganismos beneficiosos que le compramos a una granja biodinámica y ecológica certificada en Córdoba.

Para nosotras el sello en el huevo y el número que encabeza el registro es un mero trámite más que hay que cumplir a nivel institucional, porque a lo que pretendemos llegar es a la confianza con nuestros consumidores y a la transparencia en nuestra relación".

La relación durante el verano ha sido satisfactoria para ambas partes y esta clarificación sobre los códigos nos ha servido para potenciar nuestro conocimiento sobre la producción avícola en ecológico.

Autora: P.G.

Referencias Bibliográficas:

Roberto García Trujillo. "Producción ecológica de gallinas ponedoras". Junta de Andalucía. http://www.juntadeandalucia.es/opencms/opencms/system/bodies/contenidos/publicaciones/pubcap/2009/pubcap_2931/ProduccixN_EcolxgicaGallinasPonedoras_baja.pdf

Consumo agroecológico en acción

Proceso asambleario participativo de la Garbancita Ecológica.

Notas sobre el proceso participativo que culmina el sabado 7 de julio de 2012 en la asamblea de la garbancita ecologica.

Nos encontramos en un momento crucial. Cinco años de esfuerzos en el desarrollo de nuestra cooperativa nos han permitido construir un proyecto de consumo responsable agroecológico autogestionado y popular significativo en el estado español. La experiencia, iniciativa y tesón de cuantos participamos en esta aventura explica que, sin recursos externos y en un medio hostil por la burocratización de los MMSS y el escaso compromiso de la mayoría de los consumidores ecológicos, hayamos conseguido la infraestructura, l@s profesionales, l@s consumidor@s, los grupos autogestionados y colaborador@s activos, el número de proveedor@s, el diálogo con algunos agricultores y la variedad, calidad y precio de los alimentos ecológicos que ofrecemos, así como modestos medios de comunicación (Tachai y web).

Por otro lado, los nuevos contactos de consumidor@s individuales y colectivos, centros educativos, participación en eventos y jornadas, número de personas que entran en nuestra web y distribución de nuestra revista bimestral Tachai, nos indican que tenemos posibilidades de desarrollo. Sin embargo, también hemos crecido sin superar algunas de nuestras limitaciones que, ante la complejidad del proceso, se convierten en el eslabón débil de nuestro desarrollo.

Para que el crecimiento no nos obligue a descartar todo lo que nos estorbe para vender alimentos y superar nuestros agobios, necesitamos:

1 Mejorar nuestras herramientas administrativas, contables y de gestión (estamos intensamente en ello);

2 Mejorar el funcionamiento del equipo profesional, estableciendo claramente tareas y responsabilidades, incluida la supervisión que, sin perder el carácter horizontal y autogestionario, requiere que algunas personas se responsabilicen del trabajo de otras. Para avanzar en este camino es necesario aflojar la presión que soporta el equipo actual incorporando, de forma prudente, trabajo profesional cualificado y motivado (Estamos en ello);

3 Mejorar nuestros medios de comunicación social para compensar la volatilidad y el escaso volumen de compra media por consumidor intentando un crecimiento controlado del número de consumidores en base a actividades de educación alimentaria (campaña verano 2012: Verano, Agroecología y Consumo Responsable. "Cuando la huerta ecológica avanza, el consumo responsable no puede retroceder" y trabajo en el medio educativo).

4 Financiar la concentración de gasto que tenemos en La Lavandería (entre salarios, alquileres y otros gastos, 3500 euros mensuales) aumentando la actividad en este local. Abrimos prácticamente todos los días de la semana incluidos sábados por la mañana con un escaso resultado. Necesitamos que venga gente esos días, más allá del día de C. B. (miércoles);

5 Impulsar la figura del colaborador/a activ@. En esta figura, fundamento de la autogestión y la participación, se solapan la dimensión individual y la dimensión social del consumo responsable. Dicha dimensión social exige pasar de las palabras a los hechos. Debemos recoger los acuerdos y desacuerdos del debate en los colectivos para seguir impulsando esta figura crucial para un proyecto autogestionado y participativo;

6 Mejorar y difundir la revista Tachai, como expresión de la parte de nuestros alimentos ecológicos, para crecer sin separar la dimensión material (variedad, calidad y precio de los alimentos) de la dimensión inmaterial (cultura alimentaria, crítica al modelo alimentario internacional, etc.).

7 Revisar los diferentes estatutos de pertenencia a los GAKs-La Garbancita Ecológica mediante políticas que dignifiquen la participación, sin desconsiderar a quienes no participan;

8 Estabilizar las estructuras participativas que nos permiten crecer en volumen de alimentos, autogestión, horizontalidad, democracia y dirección colectiva;

9 Estrechar nuestros lazos con l@s agricultor@s más cercan@s en lo tocante a: previsión de nuestras compras, control de calidad, apoyo mutuo, formación de los precios, planificación de nuevos consumidor@s individuales y colectivos, construcción cooperativa, proyectos conjuntos en los que, productor@s y consumidor@s, aparezcamos unidos frente al público, etc.

10 Planificación de un encuentro para el próximo curso 2012 – 2013 entre consumidor@s individuales y colectiv@s, la cooperativa, padres y madres, educador@s, Colectivo feminista Las Garbancitas, Tachai, agricultor@s, ganader@s, acuicultor@s, artesan@s, elaborador@s, etc.

Hemos convocado una asamblea de La Garbancita Ecológica el sábado 7 de julio de 2012 a las 9 horas en La Lavandería. Hasta esa fecha tenemos un calendario de reuniones en las que las distintas estructuras participativas intercambian información, debaten sus problemas y elaboran propuestas para la asamblea.

El calendario de dichas reuniones es:

Consejo Rector. Jueves 7 de junio

Consejo de Redacción de Tachai (ampliado), Jueves 14 de junio: 18-21 horas..

Grupo de Apoyo Informático. Jueves 21 de junio: 18:00 h.

Grupo de Educación Alimentaria en la Escuela, viernes 22 de junio: 18-21 horas.

Colectivo Feminista Las Garbancitas. Domingo 24 de junio: 10:00 – 14:00 h.

Grupo de Apoyo Contable: martes 26 de junio: 16:30 h.

GEA (Grupo de Estudio de Consumo Responsable Agroecológico), no se ha reunido. Encuentro GAKs, colectivos de consumidores, colaboradores activ@s, jueves 28 de junio 18-21 horas.

Llamamos a participar en este proceso de investigación-acción-participativa para conocerlo en sus diversos planos y dirigirlo colectivamente.

Autor: Consejo Rector 5/7/2012

sigue >>>

Consumo agroecológico en acción

Consumo responsable agroecológico. Preguntas, problemas y alternativas.

La compra responsable supone "un trabajo" que requiere cultura alimentaria, conciencia ecológico-social, organización y financiación. La persistente educación alimentaria desde dentro de l@s consumidor@s va dando sus frutos y contradice a los enterradores de la transformación social.

Preguntas.

Si el 80% de los alimentos ecológicos producidos en España se venden en el mercado internacional, la pregunta es, ¿por qué nuestra pujante oferta agroecológica no es capaz de generar su propia demanda interna? Dejamos la respuesta en manos de los agricultores que exportan y de los que no exportan. Pero, sobre todo, interpelamos a quienes hacen apología, tanto del mercado como el sistema más eficiente para asignar recursos, conectar oferta y demanda, como del consumidor bien informado capaz de elegir con libertad.

Si médicos y científicos denuncian el aumento de las enfermedades asociadas a la alimentación industrial: cáncer, obesidad, cardiopatías, diabetes, alergias, estreñimiento, artrosis, etc., la pregunta es ¿por qué somos tan irresponsables para no consumir los abundantes alimentos ecológicos que tan cerca tenemos y tanto necesitamos?

Esta pregunta nos interpela directamente como consumidor@s. Para enriquecerla debemos analizar alguna de nuestras ideas más comunes: (1) los alimentos ecológicos son caros, (2) aunque sé que muchas de las cosas que tomo son malas, me gustan y no estoy dispuest@ a dejarlas, (3) los alimentos ecológicos son difíciles de encontrar, (4) yo consumo alimentos ecológicos.

Problemas y alternativas.

Del análisis de estos argumentos se deduce que:

Idea 1. Tenemos un problema de incultura alimentaria porque lo más barato, además de lo más saludable, es alimentarse de forma responsable.

Idea 2. Los malos hábitos alimentarios están determinados por nuestra dependencia de la comida basura, el alcohol, el tabaco y otras sustancias y esta dependencia no es un hecho natural.

Idea 3. Sin canales de distribución, no se desarrolla el mercado interno de alimentos ecológicos. Pero, sin una demanda creciente, la distribución no se desarrolla porque no es rentable. La formación de una demanda consistente, debe ser obra de l@s consumidor@s en unidad de acción con l@s agricultor@s. Esta demanda necesita cultura alimentaria, , experiencia, autogestión y voluntad y grandes sacrificios para superar las dificultades económicas y políticas. Sobre una base firme, podremos construir un movimiento de consumo agroecológico capaz de crecer sin caer en manos del enemigo.

La secuencia producción-distribución-consumo evoluciona hacia soluciones que forman parte del problema. La alarma social por las enfermedades alimentarias, manipulada por la publicidad de las multinacionales, crea una demanda de alimentos ecológicos y funcionales en las clases medias cultas. Esta demanda individualizada atrae inversiones, tanto a la producción como a la distribución. Sin embargo, estas inversiones adolecen de una débil conciencia agroecológica y se insertan en un mercado competitivo en el que los grandes productor@s y distribuidor@s están tomando posiciones. Si este proceso no cambia, tendremos una producción y distribución global de alimentos sin pesticidas ni herbicidas a precios competitivos que se llevará por delante a los pequeños productores, comerciantes y distribuidores ecológicos, igual que sucede con la alimentación

convencional. El consumidor ecológico hará su elección "libre" y comprará su comida "bio" con certificación ecológica al mejor postor sin preocuparse de donde viene, cómo se ha producido y quién la controla.

Idea 4. El consumidor ecológico medio forma parte de la solución, pero también del problema porque la estabilidad y la intensidad de su compromiso dejan mucho que desear. El carácter marginal de su compra de alimentos ecológicos respecto a los convencionales y la débil proporción en su compra ecológica de los alimentos frescos respecto a los procesados, es la norma. El consumo responsable ideológico se compone de pequeños colectivos con escaso compromiso y volúmenes irrelevantes en relación directa con agricultores ecológicos. Olvidarnos hacer el pedido en verano, cuando la producción de frutas y verduras está en su máximo esplendor y los agricultores nos necesitan.

sigue >>>

La compra responsable supone "un trabajo" que requiere cultura alimentaria, conciencia ecológico-social, organización y financiación. La persistente educación alimentaria desde dentro de l@s consumidor@s va dando sus frutos y contradice a los enterradores de la transformación social.

Los obstáculos para el crecimiento del consumo responsable agroecológico son objetivos (crear mercados locales y canales de distribución), pero también subjetivos (crear cultura alimentaria, hábitos de consumo responsable y conciencia ecológica social). Los obstáculos objetivos se superan creando en las ciudades proyectos profesionales autogestionados en alianza con l@s agricultor@s. Los obstáculos subjetivos se superan con investigación, elaboración, comunicación social y cooperación desde dentro de dichos proyectos y en relación con los movimientos sociales.

Sin autogestión y sin cultura alimentaria, la construcción de mercados locales de alimentos ecológicos está expuesta a la marginalidad o a la dependencia de las burocracias "alterglobalizadoras".

Los mercados locales no están controlados todavía, precisamente por su debilidad. Es el momento de impulsar enérgicamente su construcción por parte de consumidor@s y agricultor@s responsables, mediante iniciativas compartidas que cuenten con su propia logística.

Comercialización significa logística en la ciudad y dimensión empresarial compartida por agricultor@s y consumidor@s. Sin asumir esta dimensión, la tradición militante de los grupos de consumo y l@s agricultor@s comprometid@s no podrá aportar sus valores al creciente mercado de comida bio en manos de los mercaderes. La responsabilidad compartida entre agricultor@s y consumidor@s debe avanzar desde el campo y desde la ciudad, mediante pasos prudentes basados en autogestión, respeto y confianza. Estos proyectos pueden salvar a la agroecología y el consumo responsable de su degradación a manos de multinacionales, políticos, subvenciones y buscavidas.

Autor: Consejo Rector VIII/2012

Tachai a junio de 2012.

Revista TACHAI. Comunicación Social y Cultura Alimentaria.

En nuestro modelo de consumo responsable agroecológico autogestionado y popular, la revista Tachai representa: a) autogestión cultural, teórica y comunicativa, b) acercamiento entre campo y ciudad, agricultores y consumidores, mundo natural y mundo artificial, c) la dimensión ecológica y social inseparable de la dimensión material de los alimentos ecológicos, d) la convergencia del consumo responsable con otros movimientos sociales en defensa de la seguridad y la soberanía alimentaria, los DDHH y la paz.

Portada del número 34 de la revista

Actualmente tiramos 500 ejemplares a 2,50 € un mes sí y otro no, Cinco ejemplares al año entre 52 y 74 páginas, con portada y contraportada a color y grapados en el ángulo superior izquierda.

Historia de la revista de los GAKs

- La Agroecológica.

Nº 1 (XII/ 2007) a nº 5 (IV/2008): A3 díptico, 12 páginas, 1 €.

- La Garbancita Ecológica. Nº 6 (V/2008) a nº 26 (XII/2010):

- A3 díptico. Del 6 al 7, 12 páginas. Nº 8 y 9 20 páginas. Nº 10, 12 páginas.
- Folio grapado a partir del 14 hasta el 21 (14 a 20 páginas).
- Del 21 al 26 (24 a 38 páginas).
- Tachai, revista de los GAKs y La Garbancita Ecológica. Del 27 (64 páginas) al 34 entre 52 y 74 páginas.

Algunos compañer@s plantean la necesidad de llegar a acuerdos con los grupos de consumo respecto al número de revistas gratuitas que reciben en relación con el número de consumidor@s del colectivo, el volumen de compra media y el número de personas que realiza tareas para la cooperativa.

El Consejo Rector, a propuesta del Grupo de Apoyo Contable, ha decidido:

- Entregar gratuitamente la revista Tachai a todos l@s consumidor@s con un mínimo de estabilidad y volumen de compra.
- Financiar la revista con cargo al precio de venta de los alimentos mediante un aumento del 1,5 % en el PVP de los mismos a partir del 1/Septiembre/2012. El coste de 500 ejemplares de 60 páginas con el nuevo formato a partir del Número 35 sería de 1250 € (2,50€ por cada ejemplar).
- Esta medida presenta indudables ventajas: **1.-** facilita la circulación, estudio y uso de la revista que forma parte indisoluble de los alimentos ecológicos al representar la dimensión ecológica y social de éstos; **2.-** elimina la barrera del precio que origina un gran desgaste a l@s compañer@s más activ@s en la difusión de la revista frente a l@s consumidor@s indiferentes a todo lo que no sea comprar alimentos ecológicos de calidad, variados y a buen precio; **3.-** acaba con una contradicción de nuestro discurso: Por un lado decimos que Tachai es el espíritu de los alimentos inseparable de éstos. Por otro, separamos el cuerpo y el espíritu de los alimentos en el momento de su cobro.

El Consejo de Redacción de Tachai propone trabajar de forma sistemática temas como:

- Prevención y curación de enfermedades a través de la alimentación.
- Modelos alimentarios (además del capitalista): macrobiótica, vegetarianismo, permacultura, trofología, ayurvedismo, crudivorismo, etc.
- La alimentación como un derecho humano fundamental integrado en los Derechos Económicos, Sociales y Culturales de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948.
- ¿Por qué es más barata la alimentación responsable?

Necesitamos la ayuda de médicos y nuricionistas, para especializarnos, aumentar nuestros conocimientos y transmitirlos a la sociedad (que los necesita con urgencia) a través de charlas, debates, cursos, talleres, la revista Tachai y la Web de La Garbancita Ecológica. Una vez expuesta esta información se procede al debate.

Consejo Rector /18 de Junio 2012

sigue

En la Asamblea de La Garbancita Ecológica del 7 de Julio de 2012.

- Respecto a la encuesta entre l@s soci@s sobre el logotipo de Tachai y los datos actuales, se apoya mayoritariamente la propuesta de Ivan y David.
- Todas las opiniones acerca de editar en DINA-3 doblado coinciden en que aproxima la forma con el contenido de la revista.
- Respecto a la entrega gratuita de la revista a l@s consumidor@s con un mínimo compromiso, casi todas las intervenciones se mantienen favorables e incluso, desarrollan en base a su propia experiencia las ventajas de esta medida. Una compañera subrayó el problema de subir los precios (por segunda vez en el año), ya que el 1 de enero se subieron para subvencionar el aumento de descuento en la compra de alimentos a los consumidor@s activ@s. Esta justa observación fue completada con la sugerencia de ampliar el número de consumidor@s activ@s para que atenúen esta pequeña subida con el 5% de descuento en su compra de alimentos. Se recordó la necesidad, según nuestros estatutos, de establecer la educación alimentaria como uno de los fines principales en nuestro modelo de consumo responsable. Más adelante, si conseguimos crecer en número de consumidor@s y estabilizar económicamente la cooperativa, podemos bajar el precio de los alimentos tanto como esté a nuestro alcance.

Otros compañer@s plantean la necesidad de llegar a acuerdos con los grupos de consumo respecto al número de revistas gratuitas que reciben en relación con el número de consumidor@s del colectivo, el volumen de compra media y el número de personas que realiza tareas para la cooperativa.

Propuesta de retraso de un mes en la aplicación del acuerdo de financiar la edicion de tachai mediante una subida del 1,5% en el precio de los alimentos a partir del 1 de septiembre de 2012 y reduccion de dicha subida del 1,5% al 1%. (Este acuerdo fue tomado por el Consejo Rector en Junio de 2012 y apoyada mayoritariamente por la Asamblea de Soci@s de La Garbancita Ecológica del 7 de Julio de 2012.)

En nuestro modelo de Consumo Responsable Agroecológico, Autogestionado, Popular y Cooperativo, el crecimiento depende de la cultura alimentaria y la comunicación social. Por eso, nos esforzamos en investigar y elaborar las propiedades ecológicas, económicas, sociales y culturales de los alimentos y de difundirlas a través de una revista cuyo precio apenas cubre la impresión.

Estamos en nuestro derecho de subir los precios para impulsar la educación alimentaria. Pero también estamos en nuestra obligación de debatir esta decisión con l@s consumidor@s activos.

Tachai saldrá cinco veces al año con una media de 64 páginas en Din A-3 doblado con una grapa en el lomo y una tirada de 500 ejemplares. Manteniendo gramaje del papel y color en portada y contraportada.

El coste del ejemplar es de 2 €, la tirada de 500 ejemplares supone 1.000 € y los cinco números anuales 5.000 €. Con un presupuesto de 400.000 €/año, la subida del 1,5% produce un ingreso suplementario de 6.000 €/año, lo que permite sufragar los gastos de edición de Tachai y hacer alguna mejora.

Sin embargo, esta subida, necesaria para unir alimentos y cultura alimentaria, presenta perfiles contradictorios con nuestra política de precios justos, pero también populares, máxime en un momento de crisis. Además, el 1 de Enero de 2012 hubo una

subida de precios del 2% en los alimentos de la cooperativa[1] y el próximo 1 de Septiembre habrá otra subida – sobre los alimentos procesados – del 2%[2] . Por estas razones debemos replantearnos, no la medida, sino su cuantía y la ampliación del debate sobre la misma.

La subida de precios financia la entrega gratuita de Tachai a l@s consumidor@s con un mínimo de compromiso[3] y corrige la separación artificial entre las propiedades materiales de los alimentos (que se pagan en el precio de los mismos) y las propiedades sociales y ecológicas recogidas en la revista (que se paga aparte).

Una vez expuesto el problema, comenzamos por nuestros principios:

1. Defendemos la visibilidad y la integración de las propiedades físicas de los alimentos y sus propiedades sociales y ecológicas, invisibles a primera vista.
2. Ponemos en el puesto de mando de nuestra actividad la educación alimentaria y la comunicación social en defensa de la seguridad y la soberanía alimentaria. Tachai es indicador de este principio.
3. Removemos los obstáculos para la difusión de la cultura alimentaria. En el caso de Tachai, el obstáculo económico y simbólico al disociar el cuerpo de la revista y el cuerpo de los alimentos.
4. Estimulamos maximizar la participación, recompensando a los consumidor@s con un mínimo de compro-

sigue

miso (100 € de compra mensual), con una revista de elaboración propia útil para su salud y la de tod@s.

5 Cuidamos el equilibrio entre nuestro impulso militante y la viabilidad de nuestra cooperativa.

6 Hacemos partícipes del debate al máximo número de compañer@s y negociamos la aplicación de los acuerdos con los colectivos de consumidor@s.

Partiendo de los elementos expuestos:

1 Podemos intentar una subida de precios inferior al 1,5%. Si aumentamos el 1% resultaría un ingreso de 4.000 € destinado a financiar un gasto de 5.000 €, lo que supone un déficit de 1.000 € anuales.

2 Podemos financiar este déficit mediante diversas iniciativas: a) Movilizar a cooperativistas, GAK´s, colaborador@s y amig@s para vender a terceros la revista Tachai lo que, a su vez, promociona el Consumo Responsable Agroecológico, b) Pedir a compañer@s con experiencia editorial que nos ayuden a bajar los costes de la edición de la revista, c) Establecer un compromiso de compra mensual mínima de 100 € al mes para tener derecho a la gratuidad de la revista. Si regalamos la revista a un consumid@r que nos compra 25 € al mes, le estamos dando un 10% de descuento (considerando exclusivamente el coste de impresión).

3 Debemos suspender al menos un mes la aplicación del aumento de precios para financiar la gratuidad de la revista. Para poner a prueba nuestras ideas, contemplar todos los puntos de vista, respetar la pluralidad de los consumidor@s y fortalecer la dirección colectiva.

1- Esta subida se realizó para financiar la bajada del precio de los alimentos: el 5% de descuento para colaborador@s activ@s y cooperativistas y el 10% de descuento para cooperativistas activ@s.

2- Subida del IVA reducido del 8% al 10% y el normal del 18% al 21%. estas subidas no afectan a los alimentos frescos cuya tarifa (IVA súpar reducido 4%) no se odifica

3- 100€ de compra mensual.

Autor: Consejo Rector

Los GAKs y la Garbancita Ecologica. Un movimiento necesario.

La pujante producción agroecológica española se muestra incapaz de generar su propia demanda. Si el consumo responsable agroecológico, no crea las condiciones para el crecimiento de una demanda consciente, será Carrefour quien acabe organizando los mercados de comida biológica que harán morir de éxito a la agroecología.

Contribuir a crear mercados locales de consumidor@s ecológic@s conscientes es un objetivo de los GAK´s y la Garbancita Ecológica. Para ello es imprescindible contar con logística propia. Pero, la consolidación de una empresa social autogestionada que, desde dentro de una red de colectivos, apuesta por la educación alimentaria y la excelencia profesional, presenta un gran número de problemas.

El crecimiento de La Garbancita Ecológica es satisfactorio en términos de participación y comunicación social, aunque insuficiente en capacitación del equipo profesional y volumen de consumidor@s. Necesitamos crecer para incorporar más trabajo profesional motivado y reducir la presión a la que está sometido el equipo actual.

En el terreno económico podríamos superar nuestros agobios mediante una cierta inversión en publicidad, aprovechando nuestra ventaja comparativa en variedad, calidad, vitalidad y precio de los alimentos. Pero sería un error. Desde el punto de vista del mercado, estamos "maduros" para crecer pero, desde el punto de vista de la autogestión y la cooperación Agricultor@s – Consumidor@s, no. Si tuviéramos más consumidores que los que podemos asumir sin cometer errores graves o debilitar la educación alimentaria, colocaríamos el crecimiento económico en el puesto de mando. Debemos crecer con fuerza propia -incluida la fuerza económica- sin atajos, cooptaciones o chapuzas.

1.- Autogestión y participación sí, pero ¿cuánta?

La participación, base de la autogestión, es un elemento identitario de nuestro consumo agroecológico. La participación mínima de un consumidor individual consiste en la realización de su pedido "on line" y su preparación en el almacén de la Cooperativa. Pero, en el caso de consumidores pertenecientes a un colectivo, la participación tiene dos frentes: su propio colectivo y la cooperativa.

Un grupo autogestionado de consumo necesita trabajo voluntario para la recogida, transporte, procesado y control de calidad de los alimentos, contabilidad, cobros, pagos y resolución de incidencias.

También necesita estudio, debate, comunicación social y coordinación con el resto de colectivos para fomentar una alimentación responsable en la sociedad. Este trabajo no redunda directamente en La Garbancita Ecológica, pero sí indirectamente porque, al consolidarse un colectivo, se fortalece el proyecto en su conjunto. Sin embargo, la cooperativa también necesita apoyo para sobrevivir.

Un grupo de consumo plural y autónomo debe, ante todo, asegurar su propio funcionamiento. A partir de aquí, aparecen tres tipos de problemas.

El primero es el riesgo de convertirse en una pequeña distribuidora de alimentos ecológicos indiferente a las necesidades del proyecto, el local que le acoge o la logística que posibilita el flujo de esos alimentos. Si la participación de una persona en un grupo se limita a pagar su compra y recogerla, cambia el suministrador (Carrefour por La Garbancita), pero no la relación entre l@s consumidor@s y de éstos con l@s agricultor@s. El segundo problema, derivado del primero, es la capacidad del grupo para gestionar la falta de compromiso de una parte de sus integrantes y el exceso de compromiso de otra. En los grupos de consumo la figura de colaborad@r activo permite suavizar esta contradicción al hacer visible el mérito de quiénes asumen las tareas y premiarles con una rebaja del precio de los alimentos. Pero también supone un problema añadido ya que, además de la

sigue >>>

participación para que el grupo funcione, es necesaria una participación adicional para que la cooperativa sea viable. Para resolver este problema hay que asumir que la viabilidad de la cooperativa es la condición para el desarrollo de la red.

La participación en el grupo es necesaria, pero no suficiente. Un grupo que sólo se ocupa de su propio mantenimiento, lo único que consigue es su propio estancamiento y -por extensión - el estancamiento del consumo agroecológico. Esto no quiere decir que sobren los colectivos que se automantienen sino que faltan colectivos que dinamicen el consumo responsable agroecológico.

El déficit de participación en los grupos de consumo tiene dos aspectos contradictorios: el defecto de compromiso de la mayoría y el exceso de compromiso de la minoría que asume las tareas. Hay que trabajar sobre los dos polos. Los miembros más activos de algunos grupos, además de participar en el consumo ecológico, suelen estar implicados en otras dinámicas sociales, lo que les impide dedicarse a tareas como desarrollar el grupo, coordinarse con otros grupos o apoyar a La Garbancita.

En otros casos, los grupos de consumo mantienen con La Garbancita una relación basada exclusivamente en la compra de alimentos, lo que supone una frustración para la cooperativa. Las virtudes nutritivas, ecológicas y sociales de nuestros alimentos no existirían sin el compromiso de los agricultor@s y el largo recorrido de los GAKs. Nos sentimos injustamente tratados, sobre todo cuando personas que defienden nuestros presupuestos ideológicos nos consideran una empresa distribuidora de comida ecológica.

Sin embargo, no perdemos de vista que los desacuerdos se producen entre colectivos y personas autónomas que, con distintos matices, formamos parte del consumo responsable agroecológico.

La identidad de una red de consumidor@s expresa -o debe expresar- el grado de unidad existente entre los distintos colectivos y personas implicadas. En un movimiento democrático, la unidad y la identidad no están definidas de una vez por todas, sino en construcción permanente. El único camino es la expresión respetuosa de las opiniones, el debate transparente y el intento de llegar a acuerdos de colaboración.

2. La Garbancita Ecológica y los Grupos Autogestionados de Konsumo (GAK´S) ¿Quién pertenece a quién?

La Garbancita pertenece, por definición, al proyecto de los Grupos Autogestionados de Consumo (GAK´s) porque éstos la crearon en 2007. Pero la identidad que compartíamos los 21 soci@s fundadores de la cooperativa con los 45 consumidor@s de 4 grupos de consumo, no es la misma que la que hoy comparte La Garbancita con 400 consumidor@s de los que, más de la mitad forman parte de 27 colectivos repartidos por barrios y pueblos, además de 170 consumidor@s individuales que, en su mayoría, preparan y recogen su pedido en nuestro local.

3.- La pertenencia a los GAKs y a La Garbancita Ecológica no es la misma cosa.

Al día de hoy, el sentimiento de pertenencia de La Garbancita al proyecto de los GAK´s, no es recíproco para algunos consumidor@s y grupos de consumo. Nuestro proyecto no impone su identidad ideológica, pero tampoco la oculta. Algunas personas se dan de baja como consumidor@s de la cooperativa al conocer nuestra trayectoria antiglobalizadora, ecologista o feminista. Estas personas anteponen su ideología a una buena compra de alimentos ecológicos. Están en su derecho, al igual que también lo está La Garbancita al proclamar la dimensión social, ecológica y cultural de nuestros alimentos. En este caso, cada uno nos vamos pacíficamente por nuestro camino y a otra cosa.

El consumidor individual-familiar pertenece, con diferente intensidad, a La Garbancita Ecológica. Pero quien forma parte de un colectivo de consumidor@s asociado a La Garbancita tiene dos identidades. Una, la más inmediata, es su colectivo. La otra, corresponde a una red

sigue >>>

de consumidor@s (los GAKs) que se ha dotado de una logística propia para el crecimiento del consumo agroecológico (la Garbancita Ecológica).

Los modos de pertenencia de una persona a un grupo de consumo vienen determinados por el acuerdo interno al que llegue ese grupo de consumo.

Los modos de pertenencia de una persona a La Garbancita Ecológica vienen determinados por los estatutos de la Cooperativa. El artículo 6 establece las condiciones de los socios de pleno derecho: aportan 3000 € al capital social compran alimentos y apoyan las actividades de la cooperativa, difunden la revista Tachai y reciben un 5% de descuento en su compra de alimentos. Si su trabajo voluntario excede de 5 horas al mes, tienen derecho al 10% de descuento. El artículo 8 regula la figura de l@s colaborador@s: participan en la actividad de la cooperativa comprando alimentos con regularidad y (a partir de octubre de 2012), reciben gratuitamente la revista Tachai. Si además aportan trabajo voluntario (5 horas al mes), reciben un 5% de descuento en su compra de alimentos. En este caso se les denomina "colaborador/a activ@". **Los modos de pertenencia de un colectivo de consumo a la Garbancita Ecológica** vienen determinados por el diálogo y la negociación entre ambos.

Ambas identidades requieren una doble participación. Desatender la participación en un grupo de consumo autogestionado, dando por hecho que las cosas se hacen solas, pone en peligro la sostenibilidad de ese grupo. Por la misma razón, desatender las necesidades de la red de consumo a la que pertenece el grupo, incluyendo la cooperativa que se ocupa de la logística, pone en peligro la sostenibilidad de esa cooperativa y la red. Viceversa, si La Garbancita Ecológica desatiende su responsabilidad en el desarrollo, coordinación, formación, cooperación entre l@s consumidor@s y de estos con los agricultores, y se dedica a vender alimentos, pone en peligro la continuidad de la red y del movimiento de consumo responsable agroecológico autogestionado, popular y cooperativo que construimos entre tod@s.

La figura del "Colaborador/a activ@" de la Garbancita en los Grupos de Consumo

Un consumidor individual puede -o no- ser colaborador/a activ@ es decir, comprar con regularidad, aportar a la cooperativa 5 horas de trabajo al mes, recibiendo la revista de forma gratuita y un 5% de descuento en los alimentos. Sin embargo, en el caso de los Grupos de Consumo, la figura de Colaborador/a activ@ presenta una mayor complejidad. Todos l@s consumidor@s integrados en un grupo, pertenecen a dicho grupo y -en cierto modo- también a La Garbancita, pero no es probable que tod@s ell@s, de forma unificada, deseen -o no- asumir la condición de colaborador@s activ@s de La Garbancita. Lo normal es que algun@s quieran y otr@s no.

La Cooperativa necesita la participación de l@s consumidor@s. Pero, si un grupo de consumo no fomenta la autogestión de sus propias tareas, es difícil que pueda participar en tareas indirectas, por muy necesarias que sean. El número de colaborador@s activ@s de La Garbancita dependerá, en los grupos, de: 1) la previa resolución participativa de las tareas del grupo; 2) la participación en la elaboración, el uso y la distribución de nuestra revista Tachai; 3) la cuota de trabajo voluntario aportado por integrantes del grupo a la cooperativa, el número de revistas gratuitas que el grupo recibe, el número que vende y el descuento de La Garbancita a personas del grupo por su trabajo para la cooperativa; 4) las tareas de comunicación social y crecimiento del grupo; 5) la participación en las actividades sociales de la red de GAKs, colectivos, colaboradores y La Garbancita.

Es difícil que un colectivo, además de autogestionar su propio funcionamiento, tenga capacidad para llegar a un acuerdo con la cooperativa que represente a todos sus miembros. Por esa razón, no debemos insistir en la implantación colectiva de la figura de "colaborador/a activ@", sino asumir que esa figura puede realizarse de forma bilateral entre la cooperativa y las personas que quieran apoyarla directamente.

El movimiento de consumidor@s responsables necesita personas que lo impulsen en los grupos de consumo, en la red de GAKs y en los movimientos sociales. Si en un grupo casi nadie se preocupa de los problemas de logística, estudio, comunicación social y relación con otros colectivos, difícilmente podrá impulsar el consumo agroecológico en su entorno social. En ese caso, la única alternativa por parte de La Garbancita y los GAKs es la producción incansable de cultura alimentaria, conciencia social y nuev@s colaborador@s activ@s.

El movimiento de consumidor@s responsables, además de agroecológico, autogestionado, popular y cooperativo, debe ser democrático y plural. Pero, sin logística propia y sin una cuota mínima de participación y autogestión, sus horizontes son la marginalidad o la dependencia de las instituciones globalizadoras.

LA GARBANCITA ECOLÓGICA
COOP. DE CONSUMO RESPONSABLE

Autor: C. Rector/VIII-2012

Consumo agroecológico en acción

Congreso Internacional de Sociología Rural. Lisboa (1-4/agosto/2012).

Cada 4 años tiene lugar una nueva edición del Congreso Internacional de Sociología Rural. En 2003, fuimos invitados por el Instituto de Sociología y Estudios Campesinos ISEC para presentar, en el XI Congreso (Tronheim, Noruega, julio 2004), una ponencia elaborada conjuntamente con Eduardo Sevilla Guzmán –director del ISEC- y Joan Martínez Alier –director de la Revista Ecología Política- en el Symposium de Movimientos Sociales organizado durante dicho congreso (27 julio 2004) sobre "Movimientos Agroecológicos en Latinoamérica y España"

El congreso de Lisboa y nuestros preparativosa

En diciembre de 2011 nos enteramos que la XIII edición del Congreso sería en Lisboa a primeros de agosto de 2012. Abordaría los problemas generados por la crisis alimentaria, ecológica y económica, invitando a "explorar nuevas formas de organización social y prestar atención a los sistemas agroalimentarios alternativos". Decidimos presentar 3 ponencias aunque, finalmente, sólo pudimos enviar 2 de ellas para su publicación íntegra (http://www.chil.org/rural/group/irsa2012/documents).

Las ponencias se han centrado en: a) la historia de los GAKs -"Los Grupos Autogestionados de Konsumo y su contribución a la creación de mercados locales"-; b) el modelo de consumo responsable agroecológico que impulsamos La Garbancita Ecológica y los GAKs -"Seguridad Alimentaria y Consumo Responsable Agroecológico. El caso de los GAKs y La Garbancita Ecológica"-; y c) qué ecofeminismo abordamos desde el consumo responsable agroecológico -"Aproximación del campo a la ciudad. Consumo Responsable Agroecológico y Ecofeminismo"-, ésta última a cargo del grupo de estudio del Colectivo Feminista Las Garbancitas. Pueden encontrarse en nuestra web.

En este trabajo hemos participado 6 mujeres. Amparo, Beatriz, Elena, Nerea y Pilar en la redacción de las ponencias; Ana, Amparo y Pilar en la traducción; y Ana, Beatriz y Pilar asistiendo al Congreso. Queremos agradecer su dedicación a Ana, que tradujo al inglés gran parte de las 3 ponencias y revisó el resto de las traducciones, y al Consejo Rector de La Garbancita Ecológica, que participó activamente en la ponencia sobre la historia de los GAKs, especialmente por la presión con la que tuvieron que trabajar en los últimos días para conseguir que todo estuviera listo.

Presentamos las dos primeras ponencias en el Grupo de trabajo 35: "Soberanía Alimentaria y Agroecología. Construyendo alternativas agroalimentarias"; y la tercera en el Grupo 71 "La organización social de la agrobiodiversidad. Reconfigurando las relaciones de género". En el grupo 71 sólo se presentaron 3 ponencias. Tuvimos que hablar en el idioma oficial del congreso pero nos defendimos. Varias semanas después recibimos la felicitación de la coordinadora del grupo por nuestra ponencia y participación.

El grupo 35 tuvo sesiones durante varios días. L@s coordinador@s –del Instituto de Sociología y Estudios Campesinos de Córdoba- prestaron un buen servicio a los debates al agrupar en cada sesión las ponencias de temática común. La exposición de los representantes de la Sociología de la Alimentación se centró en las dificultades de crecimiento del consumo agroecológico una de las cuales es el elevado compromiso que exigimos l@s consumidor@s agroecológic@s. Argumentaron que la agroecología analiza mucho la producción pero muy poco el consumo, y defendieron que, para vencer la resistencia al cambio, hacen falta elementos facilitadores (recetas, formación, información).

Coincidimos con ellos en el punto de partida (la resistencia al cambio es un hecho), pero no en el de llegada porque niega la posibilidad de transformación social. En nuestra intervención aportamos los siguientes argumentos:

1. No hay que colocar en un plano de igualdad a los consumidores estándar y a los agroecológicos. La presión que ejerce el poder sobre los primeros es tan alta que su libre elección de lo que comen está más que en entredicho.

2. La teorización sobre la resistencia al cambio olvida que los hábitos se constituyen en base a la repetición. Una vez interiorizados se realizan como una rutina. Se puede cambiar si hay deseo y se aprende a disfrutar con las nuevas pautas alimentarias, convirtiéndose en nuevos hábitos que desalojan a los anteriores.

3. Los consumidores que dan rienda suelta a sus deseos -creados artificialmente por la publicidad- llegan al consumo agroecológico buscando soluciones, una vez que sus hábitos les han conducido a una enfermedad. No hay que darles sobredosis, sólo las respuestas que precisan para que se sientan cómodos, acogidos y vayan haciendo su propio camino.

4. Trabajamos en la comunicación social para la educación alimentaria. Hacemos el trabajo facilitador en el terreno de la educación alimentaria promoviendo un cambio de hábitos desde el deseo y el disfrute, poco a poco. Nuestra revista está llena de elementos facilitadores.

5. No hay un nivel de exigencia militante sino un modelo a seguir. El consumidor que no quiere implicarse demasiado, sólo tarda unos 15 minutos en hacer su compra por internet. Se prepara su pedido y lo paga invirtiendo menos tiempo que en ir y volver a las grandes superficies.

6. Potenciamos la participación con un descuento.

7. Los miembros de la Academia tienden a considerar su investigación teórica como la única fuente de conocimiento científico y admiten con dificultad la investigación-acción-participativa realizada desde procesos comunitarios de intervención social en el consumo responsable agroecológico. Esto les conduce a una cierta apología de la resistencia al cambio, a la que no consideran ideología sino sociología; por el contrario, creen que emplearse en dicho cambio no es sociología, sino ideología.

Las presentaciones sobre los proyectos agroecológicos se centraron en la realidad andaluza partiendo de una clasificación de tipologías de proyectos de producción y consumo agroecológico desde 2008. Valoraban el nivel de compromiso de estos proyectos en los que productor@s y consumidor@s compartían necesidades y riesgos. Consideraban que con la crisis había más personas dispuestas a iniciar proyectos de de este tipo. Una de las presentaciones informaba sobre entrevistas a 10 agricultores, todos ellos neorrurales, la mayoría titulados superiores que han heredado las fincas de sus padres e inician la aventura de la agricultura ecológica. Otra consistía en entrevistas a los proyectos de producción-consumo sin especificar el lugar que ocupaba en el proyecto el informante.

Encuentro "Caminhos da Agroecologia e do Consumo Responsável". 2 de agosto de 2012.

El último día participamos en el encuentro "Caminhos da Agroecologia e do Consumo Responsàbel". Compartimos experiencias con el Colectivo de Apoio a la Agricultura Sustentavel-proyecto 370 de Caparica, CSA-Freudenthal radicado en Kassel (Alemania), la Huerta Comunitaria Damaia, la Rede das Huertas por la Diversidade y La Garbancita Ecológica (http://gaia.org.pt/node/16361).

Al comienzo se presentaron los distintos proyectos y se abrió un pequeño debate. Participaron más de 70 personas, algunos asistentes al Congreso pero la mayoría vinculados a la Asamblea Popular de Graça (del 15-M en Lisboa) y al Grupo de Transición de Rúa dos Anjos cuya local alojó la reunión. Durante el yantar-cena seguimos hablando de los proyectos de una manera más informal. Después de la cena la reunión se centró en los avances del movimiento agroecológico y sus alianzas. La participación se había reducido a unas 30 personas. Sin embargo, los debates y contenidos fueron más complejos y la comunicación más intensa: transgénicos, patentes –campaña de sensibilización ante el recrudecimiento de la legislación europea-, el movimiento de ciudades en transición en Portugal y la deriva de algunos de sus grupos a lugares más tibios en los que pueden llover las subvenciones de Bruselas, incluso en época de crisis.

Profundizamos sobre el modelo de consumo responsable agroecológico de los GAKs y La Garbancita Ecológica. Hubo mucha comunicación con las personas participantes que mostraron interés en conocer nuestra trayectoria y cómo abordábamos en la práctica autogestión, autonomía y autofinanciación, la responsabilidad compartida con los agricultores, cómo combinamos la tensión entre el crecimiento del volumen de consumidores y el fomento de la participación, la armonía entre profesionalización y participación, el trabajo de educación alimentaria en los colegios, la comunicación social, en particular a través de la revista Tachai, etc.

Representante de la Garbancita Ecológica, presentando una de las ponencias.

Autora: P.G

sigue >>>

Balance de la Campaña Verano 2012.

"Cuando la huerta ecológica avanza, el consumo responsable no puede retroceder".

Por segundo año consecutivo, realizamos una campaña para modificar los hábitos alimentarios de los compradores agroecológicos que, durante los meses de junio, julio, agosto y septiembre suspendemos nuestras rutinas de alimentación responsable, olvidando que los agricultores nos necesitan más que nunca.

En el verano de 2012 hemos dado un paso más en la elaboración de este problema, l@s actor@s, los argumentos, las consecuencias económicas y morales a los agricultor@s y las propuestas de comunicación social.

En la revista Tachai 34 de Junio 2012 la campaña ocupó portada y artículo interior. Se debatió en las Asambleas de varios GAKs y Grupos de consumo. Iniciamos una serie de un artículo diario a través de la Web de La Garbancita y Facebook, al que llegábamos de nuevas. Pusimos 1500 carteles en portales alrededor del local de la Cooperativa a finales de julio, finales de Agosto y principios de Septiembre anunciando el lema de la campaña, las actividades infantiles cada miércoles y los días de puertas abiertas para quien quiera conocernos (jueves y viernes en Agosto incluyendo sábado por la mañana en julio y septiembre).

El resultado, aunque modesto, ha sido satisfactorio en los siguientes aspectos:

1. Hemos funcionado todas las semanas de julio y agosto salvo la correspondiente a la Cesta Básica del 15 de agosto por ser fiesta.

2. Sólo ha habido niñ@s para hacer la actividad "Excursión a la autogestión" dos miércoles, en los que la hemos hecho.

3. Hemos hecho una entrega diaria en Facebook con un escaso resultado en el número de personas que se hacen "amigas" o replican el mensaje. Hay una nula conexión entre los contenidos y la forma de nuestros mensajes y las reglas de funcionamiento de Facebook. En la próxima revista expondremos con más detalle el análisis de este problema y las alternativas para superarlo.

4. Hemos estado abiert@s para tod@s nuestr@s agricultor@s, ganader@s, acuicultor@s, artesan@s y transformador@s ecológic@s.

5. Si en el verano de 2011 la venta media de julio y agosto equivalía al 44,8% de la venta media del primer semestre del año (enero a junio), en 2012 la media de julio y agosto equivalen al 66,3% de la media del primer semestre de ese mismo año.

En términos absolutos el volumen de venta de julio y agosto de 2011 fue de 23600 €, mientras que el volumen de venta de julio y agosto de 2012 ha sido de 45000 €. Es decir, un 95% (casi el doble) de aumento.

El mes de agosto (cuando teóricamente se paraliza todo, incluyendo el consumo responsable agroecológico) ha tenido el mejor comportamiento. En agosto del año 2011 vendimos 9047 €, lo que suponía un 34% de la venta media de enero a junio. El agosto de 2012 hemos vendido 23600 € lo que representa un 44% de la venta media del primer semestre. En términos absolutos la venta de agosto de 2012 representa 118% de aumento (más del doble) de la venta de agosto del año anterior.

En resumen, cerramos la brecha entre el campo y la ciudad, tanto en el volumen de alimentos ecológicos movidos como en la producción y difusión de argumentos ecológicos, económicos y éticos para mantener y mejorar nuestros hábitos responsables de alimentación.

Seguiremos informando.

Autor: Consejo Rector.

Instrucciones para hacer el pedido en la nueva tienda online.

1 ENTRAR EN EL ENLACE:

www.lagarbancitaecologica.org/tienda

ADVERTENCIA:

Si un amig@ está interesad@ en apuntarse a la Cesta Básica, puedes facilitarle el correo de La Garbancita *(lacestabasica@lagarbancitaecologica.org)* para que le informemos del proyecto y, si se decide, le indiquemos cómo darse de alta.

Necesitamos tener registro de las nuevas altas, ya que NO ACEPTAREMOS PEDIDOS DE PERSONAS DESCONOCIDAS Y DE AQUELLAS QUE NO HAYAN COMPLETADO ADECUADAMENTE TODOS SUS DATOS.

En la esquina superior derecha, pulsar en el link "Entrar".

2 IDENTIFICACIÓN:

Entra en tu cuenta. En la pantalla figuran dos opciones:

a) Si no está registrado, hay que proceder a crear una cuenta.

b) ¿Ya está registrado? Introduce tu correo electrónico y tu contraseña.

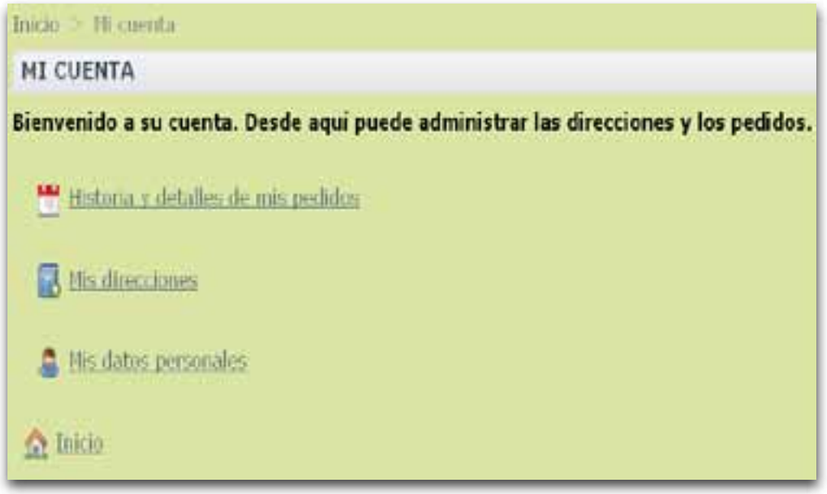
3 MI CUENTA:

Tu espacio privado. Ahora ya estás en tu espacio. Aparecerá lo siguiente:

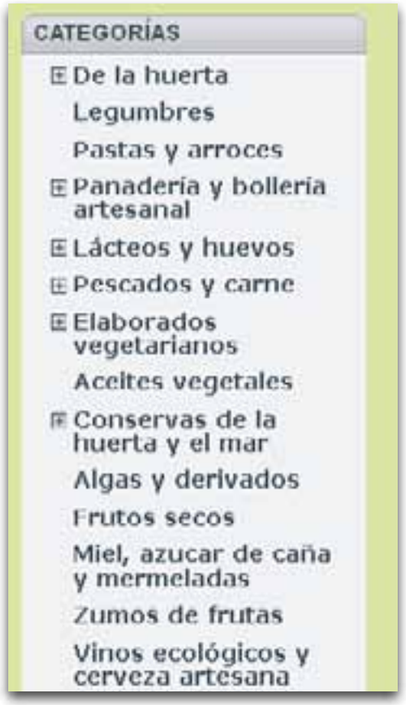
Historia y detalles de mis pedidos (te muestra el histórico de tus pedidos en esta nueva herramienta).

Mis direcciones (incluye la dirección de factura como predeterminada y te permite cambiarla o añadir otras)

Mis datos personales (es el lugar donde indicas nombre, correo electrónico, periodicidad del pedido y contraseña)



sigue >>>



Ya estás en condiciones de elegir productos. Sólo tienes que pulsar en el botón ***Añadir a la cesta*** y se subirá a la cesta "virtual" que aparece en la parte superior de la columna derecha.

ADVERTENCIA: Comprueba que, una vez hayas seleccionado el primer producto, tu cesta contiene sólo ese artículo. En algunos casos está apareciendo una lista de productos (desconocemos por qué) que no han sido seleccionados previamente.

Para eliminarlos basta con pulsar sobre la papelera que tienen a su derecha.

Estamos trabajando para eliminar este problema.

4 INICIAR EL PEDIDO.

En la columna izquierda están todas las categorías en las que se clasifican los productos que ofrece La Garbancita en cada momento.

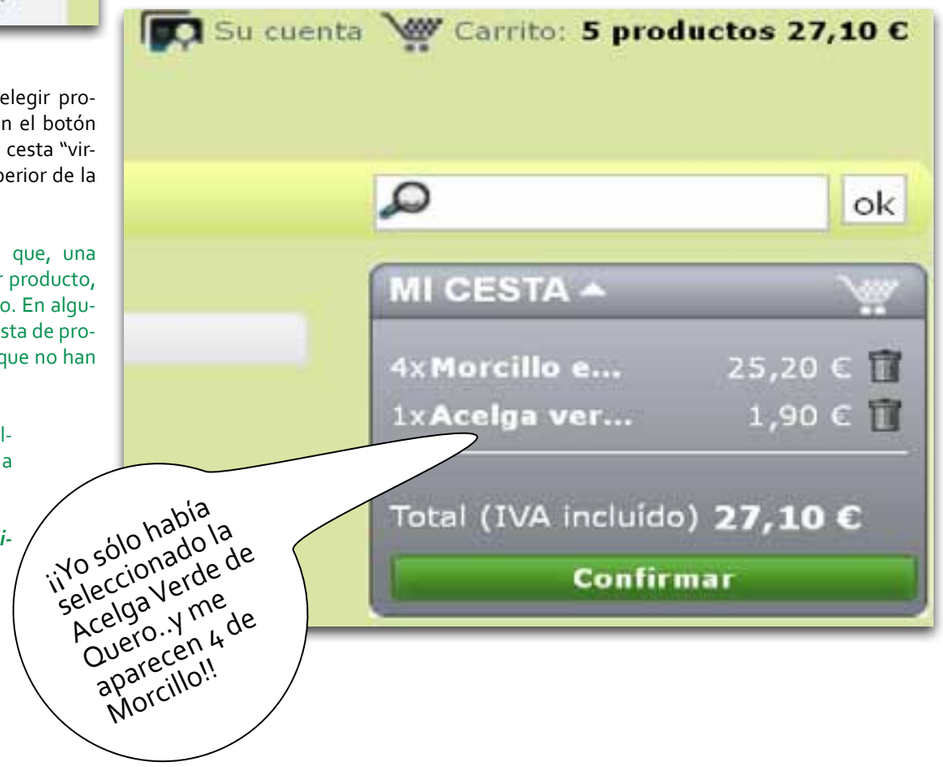
Si alguna categoría o subcategoría no está visible es que la hemos desactivado porque esos productos no pueden pedirse en ese momento (por ejemplo ternera, pescado, etc.).

Entrando en cada categoría/subcategoría se pueden ver los productos.

Por defecto se mostrarán 25 productos, pero si quieres ver más, incluso la lista completa, ve al final de la página, selecciona el número deseado de artículos visibles por pantalla y dale a ok.

También se puede ordenar alfabéticamente o por precio (en la parte superior de la lista).

En cada producto, debajo de su precio, indica si está disponible o agotado .



sigue

Una vez que has elegido los productos deseados, debes darle al botón Confirmar que hay debajo de tu cesta.

Ojo: si no confirmas tu cesta en ese momento, los productos seleccionados no se guardarán y no estarán disponibles en tu próxima visita a tu espacio privado.

5 YA HE CONFIRMADO MI PEDIDO

Se abrirá una pantalla en la que está en el centro el listado de productos elegidos con su foto, su breve descripción y las unidades elegidas. Cada producto tiene un punto verde (si hay existencias) o rojo (si no las hay). Puedes rectificar las cantidades en cada producto y también puedes eliminar productos.

Si te has olvidado de algo, pulsa en el botón ***Continuar con la compra*** y volverás a la pantalla anterior para seguir haciendo el pedido.

Si ya estás conforme con el listado de productos y has comprobado que ninguno tiene un punto rojo, recorre la pantalla hacia abajo. Verás 3 pasos.

1.- DIRECCIONES.

Aparece tu dirección de facturación y de entrega. Te da la posibilidad de añadir otra dirección para la entrega.

2.- FORMA DE RECOGIDA Y ENTREGA.

Elija su día de recogida/entrega.

¡¡IMPRESCINDIBLE SELECCIONAR DÍA Y HORA PARA VALIDAR EL PEDIDO!!

Hay una ventanita en blanco para elegir el día de entrega. Pulsar sobre el calendario.

Aparecen señalados en negrita los días habilitados para recoger el pedido durante el mes en curso. No te permitirá seleccionar otro día. Una vez seleccionada la fecha, se despliega otra ventana a su derecha con el intervalo horario a disposición.

Elija el modo de recogida.

Habilitada como única opción la "Recogida en La Lavandería o en el local de tu grupo de consumo".

En caso de necesitar el servicio de reparto a domicilio, especificar en un mensaje el intervalo horario y cualquier información adicional al respecto. Nos pondremos en contacto contigo.

Deje un mensaje.

El espacio para tus observaciones y mensajes sobre el pedido.

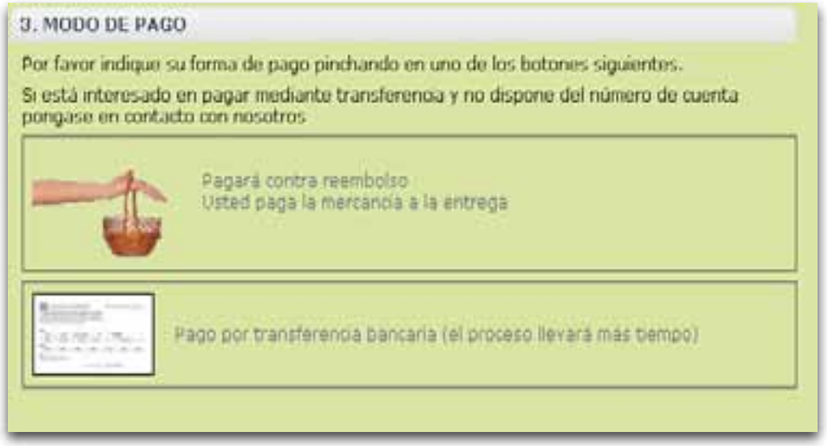
sigue

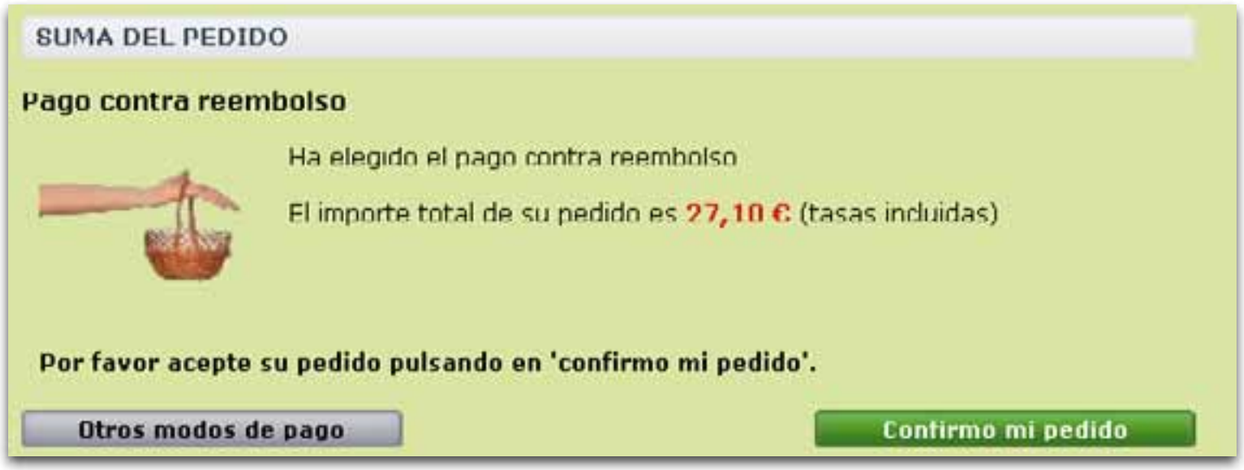
3.- MODO DE PAGO.

¡¡IMPRESCINDIBLE SELECCIONAR FORMA DE PAGO PARA VALIDAR EL PEDIDO!!

Hay un botón con una mano sosteniendo una cesta: ***Pagará contrareembolso*** (efectivo o tarjeta –para pedidos que se recogen en nuestro local-).

Hay un botón con un recibo: Pago por transferencia bancaria (opción para pagos colectivos de algunos grupos). Al seleccionar esta opción aparecen los datos de la cuenta bancaria de La Garbancita Ecológica.





6.- ¿YA HE ACABADO?

Si no seleccionas fecha y tramo horario de recogida y modo de pago, el pedido se paraliza. También lo hace si algún producto seleccionado está agotado. En ambos casos, el botón del modo de pago se transforma en un mensaje bajo fondo sepia indicándote el motivo de la detención.

Si has recorrido los pasos 2 y 3 y no hay problemas en ninguno de los productos elegidos te pasará a una siguiente pantalla donde te informa del importe total del pedido (IVA incluido) y te muestra dos botones.

Un botón de color gris para elegir otros modos de pago (te retorna a la página anterior).

Y un botón de color verde que indica *Confirmo mi pedido.*

Debes pulsarlo para finalizar el proceso. Una vez pulsado te sacará a otra pantalla que te indica que el pedido ya ha sido registrado.

No olvides: Automáticamente, te llegará un correo electrónico con el detalle de tu pedido.

Si no lo recibes, ponte en contacto con nosotras en el email: lacestabasica@lagarbancitaecologica.org o en el teléfono 618215863 para comunicarnos cualquier incidencia. Intentaremos ayudarte lo antes posible.

Esperamos que esta manual sea útil y facilite la transición a esta nueva tienda online.

Un cordial saludo.

La Garbancita Ecológica.

Historia de los GAKs.

los grupos autogestionados de konsumo (gaks) y la garbancita ecológica defendemos un consumo responsable agroecológico, autogestionado, popular y cooperativo en defensa de la seguridad y la soberanía alimentaria para todas las personas y todos los pueblos frente a la mercantilización, industrialización y globalización de los alimentos.

Esta larga frase, que expresa las determinaciones principales de nuestro proyecto, no está en fase de diseño sino en proceso de desarrollo real. Los GAKs iniciaron su andadura en 1997 y crearon, diez años después, una cooperativa de consumidores responsables sin ánimo de lucro, La Garbancita Ecológica. Esta cooperativa surge para superar nuestra probada incapacidad en la creación de mercados locales de alimentos ecológicos.

La Garbancita no se constituyó como respuesta al auge del mercado de alimentos ecológicos ni como fuente de autoempleo, sino como una herramienta para impulsar el crecimiento del consumo agroecológico frente al desorden alimentario internacional. Hoy, creamos empleo y vivimos un ascenso de la demanda de alimentos ecológicos, pero nuestra finalidad principal, sigue siendo la enunciada más arriba.

La base de nuestro proyecto es la experiencia, el compromiso y la construcción de una fuerte alianza con los agricultor@s que, además de ofrecer productos de calidad directamente a l@s consumidor@s, promueven la agroecología como modelo de agricultura sostenible y garante de la seguridad y la soberanía alimentaria.

Breve apunte histórico

Origen lejano: a) Foro "Las otras cumbres del planeta", sept. 1994 en Madrid contra la celebración del 50º Aniversario del FMI y del BM. b) Foro Alternativo a la Cumbre Europea dic. 1995 en Madrid, Contracumbre al Consejo Europeo que finalizaba el 2º periodo de presidencia semestral española de la UE. c) Movimiento Anti Maastricht (1996-2001). En este periodo, los colectivos de consumo mantienen relaciones con el M.A.M., Plataforma Cívica por los Derechos Sociales (PCDS), Plataforma Rural, Vía Campesina, Red Estatal de Economía Solidaria, etc. d) La mayoría de los 9 colectivos de consumo agroecológico autogestionado participamos en el naciente Movimiento contra la Europa del Capital, la Globalización y la Guerra (M.A.G., 2001-2003).

A finales de 2001 se crea la Coordinadora de Grupos de Consumo Agroecológico de Madrid, que comienza a funcionar a primeros de 2002. Estos colectivos constituyen el Área de Agroecología y Consumo Responsable del M.A.G. interviniendo en la actividad y las asambleas estatales del Movimiento Antiglobalización [1] . La actividad de los grupos de consumo en los MMSS decae pero sin desaparecer en el contexto de la lucha contra la globalización alimentaria [2] .

Posteriormente, la lucha contra los transgénicos y la Consulta Social Europea son escenarios de intervención en los MMSS.

De este breve recorrido se deduce que la identidad de los GAKs, desde su propia actividad en defensa de la seguridad y la soberanía alimentaria, está atravesada por su compromiso con los MMSS antiglobalización.

1- Sept. 2001 en Madrid; nov. 2001 en Zaragoza; feb. 2002 en Marinaleda; marzo 2002 Contracumbre Agricultura en Murcia; mayo de 2002 Foro Social Transatlantico contracumbre de la UE y América Latina en Madrid; junio de 2002 Contracumbre al Consejo Europeo de Sevilla que finaliza la 3ª presidencia semestral española de la UE y sept 2002 en Madrid, intento fallido de mantener la Asamblea Estatal del Movimiento contra la Europa del Capital, la Globalización y la Guerra una vez finalizada la presidencia española en junio.

2-OMC, reunida en Doha en sept. 2002, movilizaciones contra la guerra de Iraq que se inicia el 19 de marzo de 2003 y finaliza formalmente el 1 de mayo de 2003.

sigue >>>

A mediados del año 2003, aparecen contradicciones internas entre la dinámica autogestionada de los colectivos de consumo más consolidados y algunas burocracias que consideran el consumo responsable como la sección de Ecología Social de sus organizaciones. Con la llegada del PSOE al gobierno en marzo de 2004 y su llamada a negociar una ley que regule la imposible coexistencia de cultivos transgénicos y no transgénicos, se produce una ruptura dentro de la coordinadora de los grupos de consumo de Madrid entre la mayoría de los colectivos que no ven mal que las organizaciones grandes nos representen –aunque no lo sepamos- en dichas negociaciones y una minoría de colectivos de consumo que no estamos por esa negociación y menos aún porque nadie nos represente en ella. Como alternativa propusimos desarrollar plataformas que, siguiendo a las ya creadas entre Cataluña y Aragón, se opusieran a la imposible coexistencia de la agroecología con la agricultura transgénica.

Entre 2005 y 2007, se consolida esta ruptura quedando a un lado los colectivos coordinados desde las ONGs ecologistas y, en el otro, el resto de los GAKs. Esta historia está recogida, para los investigadores, en los documentos que se elaboraron durante más de un año de polémicas.

Recapitulación y nueva etapa

Cuando los GAKs empezamos en 1996, teníamos más ideología que sentido común. Por eso, trasladamos a l@s esforzad@s agricultor@s ecológic@s que tuvieron la desdicha de conocernos muchas de las tareas que debíamos asumir nosotros. Jesús, agricultor ecológico de la provincia de Burgos, no solo cultivaba sino que también trasladaba los alimentos a Madrid y los repartía a domicilio a cada grupo de consumo, aunque el pedido fuera muy pequeño. Duró poco y se retiró sin hacernos ningún reproche, para dedicarse a la producción de vino ecológico. Le recordamos con afecto por su dedicación y con arrepentimiento por tratarle como a nuestro criado. Algunos, convencidos de que la vergüenza es un sentimiento revolucionario, decidimos no volver a abusar de ningún agricultor, ganadero, artesano, acuicultor o transformador ecológic@.

El individualismo de muchos consu–midor@s explica que los colectivos de consumo de Madrid nos hayamos limitado durante muchos años a consumir productos de un pequeño número de agricultores sin plantearnos, ni los problemas de dichos agricultor@s ni los problemas del crecimiento del consumo agroecológico. La potencia actual de la producción agroecológica no pasa por el ojo de la aguja de la demanda de un puñado de grupos de consumidores que ya han llegado a donde querían. Por eso, nuestra potencia agroecológica, base de nuestra soberanía alimentaria, se dilapida en la exportación y las grandes superficies.

Algunos proyectos de producción y consumo periurbanos, al ser ellos mismos el mensaje, han aportado mucho ruido pero pocas soluciones para desbloquear el consumo responsable agroecológico. Últimamente, iniciativas subvencionadas desde la UE y el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino promueven, en nombre de la soberanía alimentaria, "mapeos" y jornadas que, en lugar de plantearse la organización económica, logística y cultural de la demanda, se limitan a repetir la lista de los problemas. El resultado, hoy por hoy, es un sector agroecológico que se desarrolla hacia los mercados internacionales a través de la gran distribución, lo que tiene muy poco de agroecológico. Mientras tanto, España ocupa el primer lugar europeo en cultivos transgénicos, tanto comerciales como experimentales.

sigue >>>

La militancia para coordinar varios colectivos de consumo, no es capaz de garantizar seguridad a l@s agricultor@s, la vitalidad de los alimentos y, menos aún, el crecimiento sostenido del consumo responsable agroecológico. El consumo responsable, además de la compra quincenal, exige planificación, logística y mucho trabajo. L@s consumidor@s responsables necesitamos agarrar con nuestras propias manos un conjunto de problemas vinculados a la producción de los alimentos ecológicos, su distribución, los mecanismos de formación de los precios, el control de calidad, la certificación participativa y la construcción de mercados locales. Por eso, en 2007, los GAKs, sin manual de instrucciones, sin créditos de bancos ni subvenciones, sin subir los precios ni abandonar la educación alimentaria y contando únicamente con nuestra voluntad y con la participación de l@s consumidor@s, decidimos crear una unidad de servicios propia, La Garbancita Ecológica.

Junio 2007

Con 4 GAKs en funcionamiento, realizamos la primera experiencia de mover alimentos más lejos de los 50 consumidores estables de estos grupos. En junio realizamos una campaña de promoción de aceite a través de muchos colectivos y contactos que no pertenecían a los GAKs. En septiembre hacemos lo mismo en una campaña de venta de leche, también con un resultado estimulante. Estas dos experiencias tienen su antecedente en el proceso de apoyo a la familia de agricultores ecológicos de Cáceres con la que teníamos una relación de apoyo fraternal. Esta familia cultivaba para nosotros y nos traía los productos a Madrid en una furgoneta que le compramos por suscripción popular de varios colectivos, consumidor@s y amig@s. Con la enfermedad del padre, nos movilizamos para recoger con una furgoneta prestada, no sólo nuestros pedidos, sino toda la cosecha. En cinco viajes quincenales recogimos los miles de kilos recolectados, sobre todo patatas, que distribuimos a las personas y colectivos más variopintos. Esta experiencia fue muy estimulante y sentó las bases para las siguientes. Comprobamos que el consumo responsable agroecológico puede crecer cuando se tiene la voluntad y la capacidad para intentarlo. Todas las personas comen y, ante un argumento social y ecológico, la mayoría responde positivamente porque, además de su contenido solidario y ecológico, los alimentos que les ofrecemos son sanos, muy ricos y a un precio razonable.

Otoño 2007 y 2008

Nuevas prácticas para resolver nuevos problemas abren nuevos campos y nos hacen más capaces. En los GAKs empezamos a trabajar la vieja idea de construir una central de compras para desarrollar nuevos grupos sin cargarles con tareas imposibles de asumir, salvo por gente muy militante. Empezamos en Octubre de 2007 con una cesta básica mensual gestionada desde esta nueva logística propia, integrada por productos no perecederos y, en seguida, con las naranjas de Aiguaclara. Compramos una furgoneta Nissan de 18 años por 300 euros. En Noviembre comenzamos a utilizar el local del Ateneo Republicano de Vallekas, cedido solidariamente una mañana cada mes. En abril de 2008, pasamos de Cesta Básica mensual a quincenal. Fuimos creciendo hasta que, a finales de 2008, el Ateneo se nos quedo pequeño.

Marzo 2009

Llegamos a "La Lavandería", local social emblemático de Vallekas de 300 m2, al lado de de Madrid Sur. En ese local fundamos el GAK de Vallekas en 1997 que, años después, ha recorrido otros locales del barrio. Entramos pagando a la Asociación Cultural "La Lavandería" que lo ocupaba, 45 euros por cada día de utilización 2 veces al mes. En La Lavandería ya no había prácticamente ninguna actividad, salvo la escuela de música una vez al año, los "vermuts" y fiestas, con música y alcohol, que ocasionan molestias y denuncias de los vecinos. Nuestro funcionamiento era muy esforzado. Llegábamos el día de C. B. muy temprano y nos íbamos ese mismo día muy tarde después de repartir miles de kilos de alimentos ecológicos y dejándolo todo más limpio y recogido de lo que estaba. En noviembre de 2009, el grupo residual que contaba con el local nos dice que debemos irnos porque la policía municipal amenazaba con elevadas multas ya que el local estaba precintado por denuncias de los vecinos. No encontramos otro local para nuestro volumen y decidimos co-

sigue >>>

rrer el riego en solitario. Durante varios meses intentamos infructuosamente, reunir a los colectivos que habían utilizado el local para negociar un acuerdo con el IVIMA.

Finalmente, en marzo de 2010, hicimos una instancia al IVIMA declarándonos ocupantes únicos y pidiendo una negociación para regularizar nuestra presencia. Para ello tuvimos que recorrer todo el camino de legalización de la cooperativa, ya que el IVIMA no negociaría más que con una entidad legal. El IVIMA mantuvo en mayo una reunión con nosotros y le dimos 3 folios con el proyecto de la cooperativa de consumo responsable agroecológico sin ánimo de lucro. En Julio nos comunicó que iniciaba el procedimiento para alquilarnos el local que, con una superficie de 300 m2, costaría 1430 euros de alquiler más 270 euros de comunidad (que ya veníamos pagando desde que nos quedamos solos). El procedimiento que se pone en marcha en mayo finaliza con la firma del contrato en noviembre de 2010, con una carencia de 6 meses. A partir de aquí comienza un aumento vertiginoso de los gastos y las gestiones por la legalización total: licencia de apertura, proyecto, obras, maquinaria, reformas, salarios, impuestos, conexión de la luz que nos costó mucho porque la anterior asociación se negó a ayudarnos.

Recapitulación a mediados de 2012

Entre Octubre de 2007 y Abril de 2008 realizamos Cestas Básicas mensuales. De Mayo de 2008 al 18 de abril de 2012, Cestas Básicas quincenales y a partir del 25 de Abril de 2012, tenemos Cestas Básicas semanales. Realizamos una actividad constante de charlas, cursos, artículos, jornadas, participación en eventos y actividades sociales, académicas y festivas. Mantenemos una relación educativa y de suministro de alimentos con varios colegios.

Comenzamos 21 soci@s fundador@s en febrero de 2010. Posteriormente se dieron de baja 2 por motivos personales y, más adelante, se apuntaron 6 nuev@s soci@s. La aportación inicial al capital social es de 3000 euros cada uno. Al día de hoy hemos gastado prácticamente todo el capital social en las modificaciones e instalaciones que la ley establece y algunas otras para la mejor garantía de la vitalidad de los alimentos. Actualmente hay 5 personas asalariadas, con seguridad social y un salario de 1000 euros brutos 14 veces al año. Otras 2 personas que no cobran de La Garbancita se dedican profesionalmente a ella de forma militante y 4 más realizan, sin retribución, diversas tareas de responsabilidad. Más de 100 personas se movilizan cada Cesta Básica para recibir, procesar, controlar la calidad y repartir los alimentos a casi 400 consumidor@s de los que más de la mitad están integrados en 25 colectivos de consumo.

Autor: Consejo rector/VII-2012.

Cómo estoy venciendo el cáncer.

En Abril de 2010 me tocó enfrentarme a la noticia que para nada esperas que te pueda tocar a ti. Un cáncer de mama. Con ese diagnóstico salí de la consulta del ginecólogo. Dices, ¡no puede ser!. Pero al ver que tienes que pedir la cita con el oncólogo, ves que es una realidad. Tu ser está lleno de miedo y por fin estallas y gritas ¿Por qué a mí?.

Pero te ha tocado. Luego de varias pruebas tienes la última palabra del oncólogo, que en ese momento era un estudiante de medicina y nos dice que tenía un cáncer de mama con metástasis en una vértebra y no sé que más. Y que hasta ahora había sido muy difícil de curar. Esta última frase en vez de darme pánico me resultó un desafío en medio del caos de mi mente.

Tenía un cáncer en fase IV pero yo ni lo escuché, ni siquiera leí el resultado del PET donde te detallan las lesiones, yo decidí que solo me iba a ocupar de sanarme y me enfoqué en ello, esa era mi meta.

Pero tenía un gran miedo pues yo no creía en la quimioterapia. En fechas anteriores había acudido de voluntaria a la Fundación Proyecto Dorado, una fundación de ayuda y terapias alternativas para pacientes de cáncer y resulta que ellos terminaron ayudándome a mí. Su fundadora es mi amiga y tuvo que hacerme una terapia para que yo aceptara hacerme la quimio. Y tenía que ser así porque me hizo comprender que estaba muy grave sin decirme que estaba grave.

Tuve por fin la cita con el oncólogo oficial y empecé la primera quimio, me dijo que para empezar me daban 6 sesiones cada 21 días. Automáticamente yo dije: Qué! para empezar! Yo esto lo voy a terminar antes.

No voy a contar todo lo que supuso darme la quimio, ya os lo podéis imaginar, incluso ahora que estoy escribiendo, los recuerdos me asaltan y me emocionan.

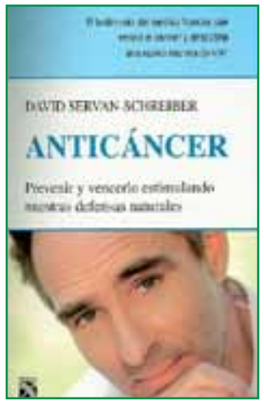
Lo que os voy a contar es lo que hice alternativamente. Tuve y tengo la suerte de que mucha gente me ayudó y cuando tú estás abierta a recibir información, la información te llega. Yo ya había estado con otros médicos alternativos antes de que me detectaran el cáncer porque sentía que algo andaba mal en mi cuerpo. Y un día una amiga me informó de un médico alternativo que trataba el cáncer con mucho éxito. Ya había empezado el tratamiento con él antes del diagnóstico final. Le envié el resultado del PET un viernes y el sábado me llamó por teléfono, me dijo: Me imagino el disgusto que tendrás, pero ahora a trabajar! Esta frase me encantó, era lo que yo quería, trabajar para sanarme. Cada vez que iba a su consulta me explicaba lo importante que era limpiar el medio de la célula. Uno cree que ha entendido bien todo, pero no, la información hay que reforzarla y el tenía esa paciencia. Esta charleta del Dr. Martí Bosch la podéis ver en este link: **http://www.youtube.com/embed/R33xhKQWwtE**

sigue

Así que lo importante era que tenía que desintoxicar el cuerpo principalmente a través de la alimentación; comencé a consumir productos ecológicos, muchas verduras, muchas frutas. Nada de carnes, lácteos, azúcar, ni harinas blancas. Aunque esto yo ya lo hacía, ahora era estricto. No me salía de la dieta, ni un día. Cuando iba al hospital me llevaba el desayuno y comía en el restaurante vegetariano más cercano de ahí.

En ese entonces tomaba agua mineral y también cocinaba en ella. El agua de grifo no es nada buena contiene fluor y cloro. Ahora tomo agua alcalina. Uso un filtro alcalinizador instalado en el grifo del agua, también obtengo agua ácida para lavar las verduras, heridas etc. Beber agua alcalina resulta muy interesante pues arrastra los ácidos del cuerpo que crean tantas enfermedades. Toda enfermedad se crea en un cuerpo ácido, en un cuerpo alcalino no puede haber enfermedad.

Busqué información en internet sobre los alimentos alcalinos y ácidos y hay mucha contradicción entre cuales son los alcalinos y ácidos. Un libro que me ayudó mucho es: Anti Cáncer del Dr. David Servan-Schreiber.



Cuando digo, me enfoqué en mi sanación, quiero decir no solo en mi curación que es la parte física. También me enfoqué en buscar herramientas para desintoxicar mis emociones, mi mente y alimentar mi espíritu. Yo estoy convencida que cuando tu mente está intoxicada, tu cuerpo también lo está y enfermas.

Entonces empecé a revisar mi vida y un día dije, mi vida ha sido un error.

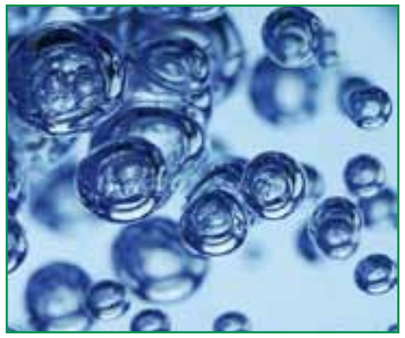
Uno de los médicos al que visité me dijo: El enfermo de cáncer prefiere sacrificar su propia felicidad para dedicarse a los demás antes que a sí mismo. Y entonces empiezas a observarlo. Esto tardé en entenderlo, me eduqué en un colegio de monjas donde te enseñan que tienes que sacrificarte por los demás porque así te ganas el cielo. Y es todo lo contrario, primero tienes que aprender a amarte para después amar a los demás. Esta creencia la tienes tan arraigada y estás tan nerviosa y ansiosa por solucionar estos temas para curarte del cáncer que un día a uno de mis terapeutas le pregunté: qué significa amarse. Imaginaros qué situación. Me dijo: abrázate. Con el tiempo aprendí a decir no.

Todo este trabajo interno no es nada fácil, ni siquiera de verlo, pero cuando lo ves y eres consiente entonces empieza la sanación. Y cuando lo sanas te liberas. Leí varios libros de auto ayuda y uno de los que recomiendo es: Los Cuatro Acuerdos del Dr.Miguel Ruiz. El libro y el cuaderno de trabajo. (Son dos libros). **Otro libro que recomiendo es: *El Cáncer no es una Enfermedad de Andreas Moritz.*** También utilicé la Técnica de Liberación Emocional, que algunos le llaman Tapping, fue muy efectiva para liberar traumas y emociones negativas.

Una amiga me decía, tu cuerpo te habla María, escúchalo. Al principio no entiendes, no sabes, pero aprendes. Mi médico me dijo: Lo más importante es tu ACTITUD frente a la enfermedad. El fin que persigo al observar mis emociones negativas y mis creencias obsoletas es liberarme de todas las que no me hacen sentir bien, de las que no me hacen feliz. Yo quiero estar contenta, reír todo lo que pueda, vivir el ahora, amar las cosas como son, aprender a no juzgar a nadie ni a mí, cuando haces esto el PH de tu cuerpo aumenta. Cuando se vive en el miedo, el rencor, el resentimiento, etc., el PH baja y entonces tu cuerpo se resiente, se encoge, se enferma.

Y ahora toco el tema espiritual, lo espiritual es lo que no se ve. Somos energía y eso ya está demostrado científicamente. Hay un vídeo muy interesante relatado por un científico muy importante **Gregg Braden: http://starviewer.wordpress.com/2012/02/25/gregg-braden-hoy-en-starviewer-tvel-lenguaje-de-la-matriz-divina/**. El titulo es: La Matrix Divina de Gregg Braden. Esta parte ya es más difícil de explicar; yo medito todos los días, 5 minutos por lo menos. Yo creo en una inteligencia superior y que necesitamos conectarnos a ella. Creo también en las visualizaciones, creer es crear. Un libro que utilicé es: Dreamhealer-El camino de la curación y el poder. El nº II. Autor: Adam. Recomiendo ver la película El Secreto que lo podéis encontrar en google.

Hice muchas cosas pero lo más importante es creer en uno mismo y no dejar que el miedo se apodere de ti. Me hice varios carteles y los colgué en la pared. La frase que más me repetía era yo quiero, yo puedo. Lo más importante: respirar e hidratarse (oxígeno y agua para tus células), etc.



Para un enfermo de cáncer el apoyo de la familia es fundamental. Atender al familiar que cuida al enfermo es muy importante, ese familiar también la pasa muy mal y necesita que le pregunten cómo está, que tal lo lleva. También necesita ayuda. Durante el tratamiento oncológico de mi primer cáncer me aislé del mundo, mi madre contestaba todas las llamadas, yo solo hablaba con las 4 personas que necesitaba. Las personas no se dan cuenta y empiezan a darte una serie de consejos y hacerte preguntas que lo único que hacen es inquietarte.

Para las nauseas, los dolores y muchas veces el miedo usaba la marihuana fumada en pipa con filtro.

sigue ➤➤

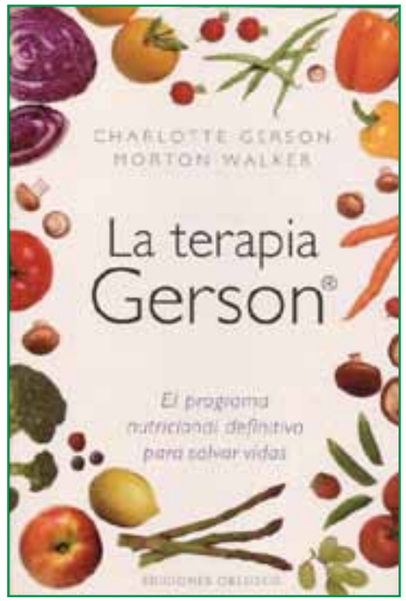
Otra cosa que también hice fue quitarme las amalgamas de la boca que son tremendamente tóxicas para el organismo.

Revisé las geopatías de casa y tuve que cambiarme de habitación. Esto es muy importante ya que está demostrado que alteran la salud.

Bueno, el tema es que entre la cuarta y quinta quimio me hacen un PET y me dicen que el tumor ha desaparecido, los ganglios están normales y que la vértebra se estaba regenerando. Impresionante! El oncólogo me dice que no esperaba esta respuesta tan rápida. Mi médico alternativo me explica que al limpiar el cuerpo de toxinas la quimio trabaja más rápido.

Todo muy bien, hasta que tengo cita con el cirujano y me dice que han decidido no quitarme el seno pero sí darme radioterapia. Todos los médicos alternativos me habían dicho que estaban de acuerdo con la quimio pero no con la radio, así que me negué. Pero después de la entrevista con ellos me fui con tal miedo de volver a enfermarme que después de un año volví a recaer. Se reprodujo el cáncer de mama.

Tuve que pasar de nuevo por sesiones de quimio. No fueron ni parecidas al primer cáncer, lo llevé muy bien, ni un día estuve en cama. Al terminar me proponen operar y hacerme radio. Y pienso, ¿cómo es posible que no se pueda curar el cáncer de otra manera? Mi médico alternativo me da una solución que no me convence. Al acabar la quimio, una amiga me da los datos de un médico que había conocido que trataba el cáncer con éxito, es extraordinario. Así que contacté con él. El trata el cáncer con los pares biomagnéticos (a los tratados con quimio no, pero los aplica de otra forma) y con la Dieta Gerson. Es lo mejor que he hecho. Recomiendo leer el libro: La Terapia Gerson de Charlotte Gerson. Con esta terapia tomaba 13 vasos de zumo al día, 1 cada hora. Solo podía tomar verduras y fruta y patatas. Nada de sal y nada de aceite. Tampoco podía tomar nada de agua. Esto ha sido lo que más me ha costado pero valió



la pena y comprendí que ***realmente Somos lo que Comemos.*** También usaba la terapia de Ozono para oxigenar la sangre y enemas de café para desintoxicar el hígado.

Este médico me convenció del todo. Es lo que yo estaba buscando, tratarme de forma natural. Ni siquiera con complementos alimenticios, el dice que todo lo que necesito debo obtenerlo de los alimentos. Solo tomé Potasio porque estaba muy baja de este mineral.

Después de dos semanas de este tratamiento y de haber pasado por una crisis curativa, mi cuerpo se alcalinizó, el también me dice que no había visto cosa igual en ninguno de sus pacientes. Así que estoy sana. Sigo con el tratamiento y en la última consulta (4-09-12) me dijo que estaba anormalmente muy bien. Que casi no quedaba quimio por eliminar.

Durante todo este tiempo yo no dejé de meditar, de visualizar, de respirar con conciencia.

Podéis ver una página muy interesante: **suzannepowell.com** y recomiendo hacer su curso que es gratuito para aprender a auto tratarse las enfermedades. Suzanne Powell es la única persona que ha logrado que yo medite todos los días, porque ella dice no importa si no dejas la mente vacía, solo hazlo. Just do it!

También le hablo a mi cuerpo y le doy órdenes. Esto lo podéis entender con este libro: **Cambia tu ADN, cambia tu vida! del Dr. Robert V Gerard.**

En fin: La Actitud con la que te tomes tu enfermedad es lo Importante.

Mi nombre es María Casaleiz, y os dejo mi correo por si alguien quiere hacerme alguna pregunta: ***marafrai@gmail.com***

Autora: María Casaleiz

Cooperativismo y consumo agroecológico

Construcción cooperativa.

Reflexiones del Consejo Rector para avanzar simultáneamente en el carácter social, participativo, autogestionado y responsable de nuestro proyecto, al tiempo que mejoran nuestra capacidad profesional y nuestros resultados económicos.

Estas ideas pretenden un debate con carácter consultivo.

A Equipo profesional. Situación y perspectivas.

Experimentamos cambios en nuestra organización interna para mejorar el rendimiento del equipo profesional y del Consejo Rector. Sin abandonar nuestro funcionamiento horizontal y autogestionado, se trata de que l@s compañer@s con más capacidad, formación e iniciativa apoyen, coordinen y supervisen el trabajo de l@s compañer@s con más dificultades para autoorganizar sus propias tareas y coordinarse con el conjunto. Se trata de practicar la autogestión -y no sólo invocarla- al servicio del buen funcionamiento de la cooperativa.

B Modificaciones en la cuantía y las condiciones de las aportaciones al capital social.

1 Reducción del capital social mínimo de la cooperativa de 63.000 € a 25.000 €. La cifra del capital social de nuestros estatutos es el resultado mecánico de multiplicar 3.000 € (la cuota obligatoria que aporta cada soci@ al capital social) por los 21 soci@s fundador@s. Una vez gastada esta cantidad, en su mayor parte en las obras e inversiones para obtener la licencia de apertura, nos colocamos prácticamente en quiebra técnica. La cifra de 25.000 € como capital social mínimo es más proporcionada a nuestra dimensión.

2 Establecer una aportación obligatoria al capital social de 1.000 € más favorable a la participación de nuev@s consumidor@s como soci@s de pleno derecho.

3 Trasformar los 2.000 € de diferencia entre la aportación obligatoria nueva (1.000 €) y la anterior (3.000 €), en aportación voluntaria, suscribiendo dos títulos de 1.000 € cada uno.

4 Establecer una retribución a las aportaciones voluntarias al capital social –para fomentar el retorno cooperativo- consistente en, al menos, el tipo de interés legal del dinero. Este retorno se hará efectivo en especie, mediante la entrega sin cargo de productos de la cooperativa por importe equivalente a los intereses devengados. Esta medida se realizará en un momento de estabilidad económica de la cooperativa y entrará en vigor, tras aprobación de la Asamblea, en un ejercicio económico de año natural para facilitar procesos contables y fiscales.

C Responsabilidad compartida.

Ha llegado el momento de abrir un diálogo directo entre la cooperativa y algun@s agricultor@s respecto al abordaje combinado de proyectos que nos permitan aumentar la escala de nuestras operaciones.

Debemos crear, de forma concertada y sostenible, una distribución con dos eslabones: productor@s organizad@s y consumidor@s organizad@s con logística propia en la ciudad basada en la participación y la autogestión que posibilitan la fuerza colectiva y el control de los precios finales. Distintas intervenciones apoyan la propuesta quedando en hablar con algunos agricultores en el contexto de propuestas de responsabilidad compartida para el próximo otoño.

Prioridades.

1 En el terreno salarial:

1) Conversión del contrato a tiempo parcial en contrato a tiempo completo a partir de 1-IX-2012. 2) Aumento de salarios cuando se pueda (cobrar 900 € netos al mes no es suficiente para la cantidad, calidad e iniciativa que requiere el trabajo profesional en nuestra cooperativa). 3) Abordar el debate sobre la igualdad salarial total, independientemente de la función, formación, responsabilidad, dedicación y eficacia de cada persona. 4) Intentar formalizar una relación mercantil o laboral a tiempo parcial con consumidor@s que realizan un intenso y eficiente trabajo voluntario y no tienen empleo ni ingresos.

sigue ➤➤

2 Política de precios:

2.1.- Profundizar en la responsabilidad compartida con los agricultores para un triple objetivo: retribuir adecuadamente el trabajo de producción rural de alimentos, retribuir adecuadamente el trabajo de distribución urbana de alimentos y mantener precios asequibles para l@s consumidor@s. Estos objetivos dependen de: a) la coordinación de agricultor@s y consumidor@s, b) la escala productiva y cooperativa de los agricultor@s, c) el volumen de demanda organizada por La Garbancita Ecológica y d) la eficacia de ésta en el cumplimiento de sus tareas. 2.2.- Las dificultades por la crisis económica, combinadas con la incultura alimentaria, hacen pensar a las muchas personas que deben prescindir (o no acceder) a la alimentación ecológica por ser más cara. Hay que elaborar y difundir cultura alimentaria para demostrar que una alimentación responsable es, además, más barata.

3 Obrador de pan.

Retomar el proyecto del obrador de pan en el local de La Garbancita Ecológica. El Consejo Rector presentará un estudio de: profesionales panaderas que lo lleven a cabo, forma jurídica, presupuesto, financiación, inversión, gastos, licencia de apertura y encaje en los estatutos de la Cooperativa. Este proyecto requiere la incorporación de una persona capaz y motivada.

4 Nuevos mercados de alimentos.

Desarrollo de nuevos mercados de alimentos ecológicos -como puede ser el escolar- mediante una responsabilidad compartida entre La Garbancita y algun@s agricultor@s.

5 Mesas, sillas, megafonía y seguridad.

Sustitución de las sillas y las mesas de procesado viejas y pesadas por otras ligeras, resistentes y apilables. Instalación de un sistema de megafonía para música ambiental y asambleas. Todo esto se hará cuando se pueda.

6 Cobro.

Sistema de cobro más rápido que el actual. (Código de barras).

7 Exposición.

Mejora del sistema de estanterías para ganar en superficie de exposición sin perder espacio para el procesado el día de Cesta Básica.

8 Calefacción.

Calefactores para reuniones en invierno.

Resolución de la Asamblea de La Garbancita

7 de VII-2012

trabajo sin gente, gente sin trabajo y cooperativismo anticapitalista.

La economía de mercado no satisface las necesidades de la mayoría de la gente porque el único objetivo del capital es su propia reproducción ampliada. Una empresa social debe investigar fórmulas propias para conectar sus necesidades de desarrollo con la fuerza de personas precarizadas y excluidas por la democracia de mercado.

Una cooperativa de consumo responsable agroecológico, autogestionado y popular no puede contratar a tiempo completo a las personas que, necesitando un salario, nos ofrecen trabajo voluntario de cantidad y calidad. Pero sí puede acometer iniciativas capaces de asumir gastos salariales arriesgando con prudencia los recursos colectivos escasos.

Una cooperativa, como cualquier empresa, es el resultado de la responsabilidad compartida por muchas personas. Dado que el capital es una derivada del trabajo, los empleos no los crea el capital, sino el trabajo. Quienes crean puestos de trabajo no son los empresarios sino, por el contrario, son los trabajador@s quienes crean puestos de empresario. En una empresa que se declara capitalista manda el capital, pero en una empresa que se declara socialista y autogestionada deben mandar el trabajo y l@s trabajador@s.

En una empresa socialista, es el trabajo cooperativo el que crea la empresa, el capital y los puestos de trabajo. Por lo tanto, la creación de nuevos puestos de trabajo debe ser el resultado de una responsabilidad compartida entre los trabajador@s y soci@s de la cooperativa con los voluntarios que lo deseen.

Hasta ahora lo hemos hecho así, pero cometiendo muchos errores. Debemos perseverar en la contratación de personas comprometidas con el Consumo Responsable Agroecológico, pero evitando asignar tareas que superan la formación, la experiencia o el carácter de las personas.

La dirección de la cooperativa pretende ser colectiva mediante la articulación de varias estructuras funcionales. En el primer círculo concéntrico de la cooperativa existen 7 personas con dedicación plena, cinco de ellas empleadas de La Garbancita con 900 € catorce veces al año con Seguridad Social y otras dos voluntarias. Este grupo descansa en otros colectivos como el Grupo de Apoyo Informático (que incluye en equipo de Web e Internet), el Grupo de Apoyo Contable, el Consejo de Redacción de la Revista Tachai, el Colectivo de Mujeres Las Garbancitas, el Grupo de Educación Alimentaria en la Escuela, el Grupo de Estudio de Consumo Responsable Agroecológico (GEA) y el Espacio de Encuentro con GAK´s, colectivos, colaborador@s activos y agricultor@s.

Además de estas estructuras organizativas funcionan las Asambleas de los GAK´s, de los colectivos, de la propia Cooperativa y el Consejo Rector de la misma.

Cooperativismo y políticas laborales.

Para entender la política laboral, salarial y social de la cooperativa es necesario contar con esta trama de relaciones horizontales y transversales. Esto quiere decir que, además de las leyes laborales, debemos intentar respetar otros principios que, sin ser exigibles desde dichas leyes, se derivan del carácter cultural, autogestionado y emancipador de nuestro modelo de consumo responsable. El Estatuto del Trabajador no exige iniciativa o capacidad de cooperación, innovación y apoyo mutuo. Pero, en el conglomerado "GAK´s - La Garbancita – Agricultor@s", necesitamos, además de aptitudes profesionales, actitudes para superar los problemas de la construcción -en un medio hostil- de un movimiento de agricultor@s y consumidores responsables que cuenta con una empresa tendencialmente socialista.

Igualdad, Igualitarismo y Uniformidad.

En el equipo profesional el salario es el mismo para tod@s, pero el grado de formación profesional, responsabilidad, dedicación y eficacia en orden a los fines económicos y sociales de la cooperativa, es muy diferente. El entusiasmo militante combinado con la falta de experiencia juega malas pasadas. Cabe plantearse -desde dentro de nuestra identidad autogestionada- el igualitarismo salarial absoluto teniendo en cuenta: a) la estabilidad económica de la cooperativa, b) la justicia en la relación aportación/salario de cada persona, c) la posible desmoralización de las personas más comprometidas y eficientes por un agravio comparativo que, a veces ni siquiera tiene nombre y puede amparar actitudes individualistas. Si la "excelencia" no es visible en términos de prestigio social y algún estímulo material (aunque sea de poca cuantía), el igualitarismo puede derivar en ineficacia, injusticia y desgaste del sector más comprometido.

En La Garbancita estamos cometiendo muchos errores. Incluido el salto mortal (no es metáfora), desde la sociedad capitalista (de cada uno todo lo que se le pueda sacar y a cada uno lo menos que permita el mercado) a la comunista (de cada uno según su capacidad y a cada uno según sus necesidades) sin pasar por la socialista (de cada uno según su capacidad y a cada uno según su trabajo). Tenemos que revisar ciertas decisiones porque la autogestión no es una palabra mágica que se invoca, sino la aplicación de unos principios en procesos reales de naturaleza económica, política y cultural.

El momento actual. Rectificación e innovación.

No podemos aumentar los salarios sin aumentar l@s consumidor@s. Menos aún, aumentar unos salarios sí y otros no. Pero, sí podemos iniciar un debate clásico en la construcción del socialismo. Pretendemos ser una empresa socialista porque, frente a la barbarie capitalista, el socialismo se configura como una opción racional y necesaria.

En el terreno laboral, cooperativa y trabajadores debemos recorrer con responsabilidad compartida y apoyo mutuo la distancia entre la exterioridad del trabajo voluntario y la integración del trabajo asalariado.

La tendencia en los procesos de trabajo voluntario de calidad y en cantidad por parte de personas que necesitan ingresos, debe ser a la regularización de esta relación económica si así lo desean el/la trabajador/a y la cooperativa. En un principio, quizás a través de un contrato mercantil en el que los resultados de cada parte se vinculan al buen fin del proyecto, para pasar cuando se pueda a un contrato laboral a tiempo parcial y después a un contrato laboral a tiempo completo.

La persona laboriosa, a su vez, no debe olvidar las especificidades de la cooperativa. En ella, además de respetar las leyes laborales y sindicales, existe un compromiso con la innovación y la voluntad de cambio social. Este plus de obligaciones para una persona que contrata la cooperativa se ve compensado por la seguridad del apoyo mutuo y por el bienestar que se deriva de un trabajo útil, sostenible, democrático y respetuoso con las personas y la naturaleza. No obstante, una cooperativa es una empresa que debe cumplir todas sus obligaciones legales, incluso cuando contrata trabajador@s ajenos a estas cuestiones ideológicas. En este caso la relación se objetiva en lo que dice la ley respecto a los derechos y obligaciones de cada parte (la empresa y el trabajador).

Autor: G.N

sigue

El consumo responsable agroecológico ecofeminista de Las Garbancitas.

Este artículo resume la presentación que hicimos en el XIII Congreso Internacional de Sociología Rural (29 julio-4 agosto de 2012) de la ponencia elaborada para el grupo de trabajo denominado: "La organización social de la Biodiversidad. Reconfigurando las relaciones de género en tiempo de crisis medioambiental".

Contábamos con 15 minutos de exposición. Por eso nos centramos en la tercera parte de la ponencia que abordaba nuestra práctica como colectivo feminista en el terreno del consumo responsable agroecológico. A pesar de nuestras dificultades para expresarnos en inglés, nuestra experiencia tuvo buena acogida por parte de las personas asistentes y de la coordinadora del grupo, precisamente por tratarse de una experiencia viva contada por sus protagonistas. La ponencia completa y firmada por sus 3 autoras, está en la sección Ecofeminismos de nuestra web.

Una experiencia de Consumo responsable Agroecológico Ecofeminista

La actividad ecofeminista pone de manifiesto la inviabilidad de un sistema destructor de la naturaleza -incluida la naturaleza humana-, la cooperación, la paz y la seguridad.

Las Garbancitas investigamos la relación entre nuestra triple actividad feminista, ecologista y de consumidoras responsables. Lo hacemos mediante la crítica teórica a la subordinación, por un lado, del trabajo, la naturaleza y los cuidados respecto al capital y la cultura y, por otro, de las mujeres respecto a los hombres. Pero también desde un proceso práctico: el trabajo de un colectivo feminista que, desde dentro de una iniciativa de economía social, lucha por la universalización de los cuidados, entre ellos la producción y el consumo de alimentos ecológicos, la seguridad y la soberanía alimentaria, la ética del cuidado y la igualdad entre hombres y mujeres.

La Garbancita Ecologica somos un proyecto de economía social integrado por hombres y mujeres. Impulsamos el consumo responsable agroecológico como condición para la seguridad y la soberanía alimentaria frente a los daños de la industrialización, mercantilización y globalización de los alimentos.

Promovemos una alimentación abundante en frutas y verduras ecológicas de temporada, respetuosa con la naturaleza, la vida digna en el campo y las relaciones comunitarias, es inseparable del reparto equitativo del trabajo de cuidados entre hombres y mujeres, en el campo y la ciudad.

El colectivo feminista Las Garbancitas llega al ecofeminismo al investigar las relaciones de subordinación de las mujeres a los hombres y de la naturaleza a la cultura que, apareciendo como algo natural, reproducen la desigualdad y causan grandes desastres y sufrimientos.

sigue >>>

Avanzamos mediante la innovación, la cooperación, la formación, la comunicación social y la educación alimentaria de niñ@s, adolescentes y adult@s.

El consumo responsable y la producción agroecológica son las dos caras del movimiento social capaz de cerrar la brecha entre el campo y la ciudad, entre trabajo manual e intelectual y la realización del trabajo de cuidados por parte de las mujeres y los hombres. Se constituye así en la condición para la seguridad alimentaria, la soberanía alimentaria y la ética de los cuidados en múltiples direcciones, de la ciudad al campo, de la cultura a la naturaleza.

Cerrar la brecha que el capitalismo crea entre el campo y la ciudad, agricultor@s y consumidor@s, soberanía alimentaria de los pueblos y soberanía de las multinacionales que controlan el mercado de alimentos, trabajo de cuidados y trabajo productivo de capital, mundo natural y mundo artificial, exige múltiples tareas:

a) aprender a sustituir hábitos alimentarios enfermantes, individualistas y contaminantes por otros saludables, cooperativos y ecológicos;

b) desarrollar un consumo responsable que se responsabilice también de la producción, la distribución, el transporte y los ciclos naturales de los alimentos;

c) abordar una educación alimentaria que cuestione la comida basura que las multinacionales nos meten en la cabeza y en el estómago;

d) profesionalizar la gestión de compra organizada de alimentos, la coordinación con l@s agricultor@s, el procesado y el control de calidad;

e) fomentar la participación y la autogestión de consumidor@s individuales y colectivos para impulsar el movimiento y conseguir precios populares;

f) organizar visitas a las fincas para conocer de primera mano, los procesos de cultivo, recolección, envasado y almacenamiento de los alimentos y fortalecer el diálogo campo-ciudad;

g) construir relaciones estables entre las cooperativas de agricultor@s y consumidor@s para la planificación de cultivos y el diálogo sobre la formación de los precios;

h) promover el estudio, la formación y la elaboración teórica de nuestra práctica

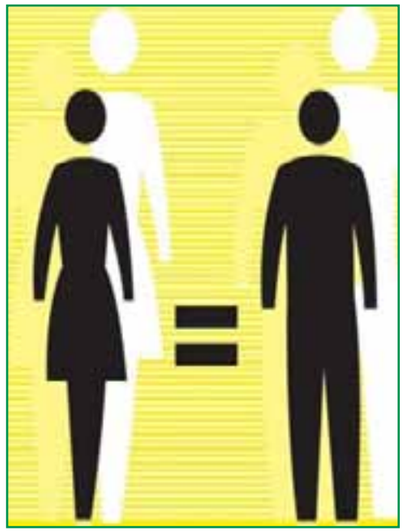
sigue >>>

en el consumo responsable agroecológico y su difusión en forma de artículos, revistas, cursos, programas de radio, internet, etc.

En esta actividad cotidiana, compleja y diversa se entrecruzan el espacio público de la participación y organización cooperativa y el espacio privado de la alimentación y el cuidado. Impulsamos la organización colectiva como responsabilidad pública de las acciones privadas para ejercer el cuidado de nuestra alimentación y de las personas con las que vivimos, pero también para sostener a quienes nos procuran los alimentos y a la naturaleza que lo hace posible. En este proceso de ida y vuelta hacia lo público y lo privado, se hace evidente lo que tienen en común la defensa ecologista de la naturaleza y la salud de las personas con la defensa feminista de la dignidad y los derechos de las mujeres.

No podemos enfrentar la salud, la seguridad y la soberanía alimentarias sin abordar el reparto del trabajo de cuidados con nuestras parejas, con nuestros compañeros en la cooperativa, con otras madres, padres y niñ@s en la escuela, con las agricultoras y agricultores... Tampoco podemos hacerlo sin cuestionar la desigual participación de hombres y mujeres en las reuniones, en las tareas de responsabilidad, etc.

El esfuerzo por construir un movimiento de consumo responsable agroecológico tenemos que hacerlo confluir con la lucha por la liberación de las mujeres. A su vez, aún sabiendo que campesinas, jornaleras, consumidoras, no somos iguales ni estamos en el mismo lugar, nuestra lucha por la soberanía alimentaria debe ser feminista y convergente, apoyándonos unas a otras.



Estrategia para la igualdad entre hombres y mujeres

Queremos construir otras relaciones entre campo y ciudad pero también entre hombres y mujeres. También queremos que nuestra cooperativa plante cara al machismo.

Empezamos por el nombre, La Garbancita Ecológica poniéndolo en femenino para visibilizar el trabajo de cuidados que recae mayoritariamente en las mujeres. Pero con el nombre no basta. Hay que pasar de las palabras a los hechos. ¿Cómo pasamos del nombre a dar protagonismo a las mujeres en un espacio mixto?

La presencia mayoritaria de mujeres en los órganos de dirección, elaboración teórica y comunicación social, expresa nuestra decisión real de dar protagonismo a las mujeres.

En la selección de los proyectos agroecológicos a los que compramos, también nos interesamos por el lugar y el papel que juegan las mujeres.

En 2008 constituimos el Colectivo Feminista "Las Garbancitas" porque vimos la necesidad de una organización autónoma de mujeres.

Una actividad fundamental del colectivo es el estudio, la elaboración y el debate de textos propios y ajenos. En los dos últimos años hemos profundizado el estudio y la realización de actividades feministas que se ocuparan del terreno del consumo responsable, la salud, los cuidados y, en definitiva, el ecofeminismo tal y como lo entendemos y practicamos. Hemos constituido un grupo de estudio dentro del colectivo para profundizar en el ecofeminismo y, a la vez, facilitar los debates entre nosotras y con otras mujeres consumidoras.

También hemos creado un grupo específico de video-fórum que ha promovido el visionado de películas que trataran temas de salud, cuidados, mujeres y naturaleza.

Hemos participado en la manifestación del 8 de marzo con contenidos y consignas que aportasen luz a la relación entre feminismo, cuidados y consumo responsable agroecológico.

En la revista Tachai, publicación bimestral de los grupos autogestionados de consumo y La Garbancita Ecológica, mantenemos una sección sobre Soberanía alimentaria y Ecofeminismo. En la web de La Garbancita Ecológica además del espacio habitual del colectivo, hemos abierto una sección "Ecofeminismos" en la que publicamos nuestras elaboraciones.

sigue

Consumo responsable agroecológico como creación ecofeminista

La creación forma parte de la vida y consiste en transformar lo que hay en algo diferente. Esa diferencia, que puede ser pequeña, a veces acarrea grandes consecuencias. Cuando una mujer se rebela contra una relación que la domina, esta negación puede desembocar en que, junto a otras mujeres, se impugnen hechos que parecen naturales como ser tratada como un objeto sexual, utilizada como una empresa de servicios gratuitos de cuidados o como un ser inferior. La diferencia, aunque sea pequeña, supone una negación, es decir, cambiamos algo –lo que negamos- aunque sigamos afirmando todo lo demás. Esa es la dialéctica de la creación, afirmar y negar al mismo tiempo.

La creación es sólo fantasía cuando no mantiene vínculos fuertes con la realidad y el lenguaje cotidianos de los que surge. Sin embargo, contiene una fuerza instituyente cuanto más exprese aquello que, produciendo grandes malestares y sufrimientos cotidianos, se mantiene preterido, olvidado y oculto.

La creación ecofeminista se plantea, en la teoría y en la práctica, administrar ciertas contradicciones que mantienen sometida la identidad y los derechos de las mujeres: economía y cuidados; hombres y mujeres; sociedad e individuo; mundo natural y mundo artificial; economía, sociedad y naturaleza. Cuando la creación parte de un proceso social de investigación-acción-participación, se da de bruces con la parte invisible de la realidad, el volumen oculto del iceberg sin el que no puede existir la minúscula parte visible. Entonces llega el momento de dar palabras a lo que no tiene nombre, la desigualdad, la injusticia, la violencia y la explotación que, obedeciendo al dominio del capitalismo sobre la sociedad y del machismo sobre las mujeres, aparecen como algo natural e inmodificable.

Para que la crítica a un hecho sea real, es necesario otro hecho. Por eso, solo desde los movimientos sociales se puede poner la fuerza que dé vida a las palabras que nombran lo innombrable y en un proceso permanente de creación aparezcan nuevas palabras que den nuevas fuerzas a nuevos sectores de mujeres. De esta manera se derrumba el fetichismo de la mercancía patriarcal que nos presenta al capital, la tecnología y los hombres como condición del trabajo, la riqueza y las mujeres.

En los procesos sociales se produce un hecho mágico, más generalizado cuanto mayor es la movilización social: desde múltiples lugares sociales brotan iniciativas innovadoras en las que se une la bondad, la utilidad y la belleza. La creación, incluida la creación artística, se descentra de "las almas bellas" y es protagonizada por muchas personas.

La creación y la innovación ecofeminista, convertidas en imaginario y poder constituyente, junto a otros movimientos emancipadores, toman la bandera de la libertad, la igualdad y la fraternidad basada en la cooperación, la justicia y la ética de los cuidados. En este momento, el ecofeminismo se equipara con la estética de la resistencia y la creación artística comprometida con el cambio social hacia un mundo mejor para todos y todas.

Autora: Pilar Galindo

Canal de Isabel II.

Tras los resultados de la Consulta Social sobre la privatización del Canal de isabel II, en la que a nivel global fueron 177.685 las personas que se acercaron a depositar la papeleta en las urnas, de las cuales 177.663 fueron votos a favor de mantener una gestión pública de nuestro agua...

Una iniciativa legal para detener desahucios hipotecarios.

Durante las charlas de clausura del Congreso de los Piratas Europeos celebradas el pasado 2 de septiembre en Barcelona, Josep Jover y Pepe Giménez, abogados colaboradores de Pirates de Catalunya, dieron a conocer una nueva iniciativa legal que pretende declarar nulas las cláusulas de interés aplicadas en los contratos hipotecarios basados en EURIBOR y LIBOR.

Esta iniciativa se ampara en el derecho comunitario en materia de derechos del consumidor y en la aceptación de responsabilidad en la manipulación del EURIBOR y el LIBOR por parte de Barclays, Deutsche Bank, JP Morgan, Citigroup, HSBC, Crédit Agricole, Société Génerale y Reuters entre otros.

El derecho comunitario indica que si una cláusula es manipulada por parte del proveedor de un servicio en detrimento del consumidor, el consumidor tiene derecho a la anulación de dicha cláusula del contrato (directiva 93/13). Esto significa que, habiendo sido manipulado el tipo de interés, dicha cláusula no sería válida, y por lo tanto, el interés pagado por las familias hasta la fecha en forma de cuotas debe ser considerado amortización de capital.

Dicha medida permitiría detener los desahucios de las familias con hipotecas basadas en EURIBOR y LIBOR en toda la Unión Europea como medida cautelar, puesto que en caso de ejecución errónea, el responsable subsidiario de dicho desahucio sería el estado. Sólo en España, se ejecutan una media de 517 deshaucios al día, por lo que las implicaciones de una sentencia favorable serían descomunales.

Esta iniciativa aprovechará la homogeneización de la legislación europea, que permite iniciar procedimientos prácticamente idénticos en toda la UE, y utilizar cómo precedente cualquier sentencia ganada en cualquier estado de la UE.

En estos momentos, Josep Jover y Pepe Giménez tienen interpuestas diversas demandas reclamando la nulidad de las cláusulas de interés en hipotecas españolas, y asesoran a otros abogados del movimiento pirata sobre cómo interponer dichas demandas en sus respectivos países.

Este hecho afecta a la inmensa mayoría de ciudadanos europeos, ya sea directamente o a través de las variaciones del IPC a las cuales el LIBOR también afecta, pudiéndose tratar del mayor fraude de la historia. Los Piratas europeos han mostrado su interés en colaborar con dicha iniciativa, que supondría una efectiva defensa de los consumidores de toda la UE.

Gracias al éxito de participación en el primer Congreso de los Piratas Europeos, esta iniciativa ha sido dada a conocer a Piratas de más de 21 países europeos, por lo que las probabilidades de éxito de la misma se multiplican.

Hay precedentes de demandas similares dentro de la UE. En concreto, en Austria se sancionó a 16 bancos por manipulación del tipo de interés en los años 90. El proceso judicial ha tardado más de 10 años, pero finalmente los bancos austríacos han sido declarados culpables.

Si deseas más información sobre las directivas europeas en las que se basa esta iniciativa así cómo el progreso de las demandas interpuestas, contacten con partit@pirata.cat

Fuente: Pirata.cat (http://pirata.cat/bloc/?p=3161)

Socialismo o barbarie.

En la transición política española, la movilización que posibilitó leyes protectoras de derechos y libertades para los de abajo se desactivó como moneda de cambio para la inclusión de la izquierda en el estado de la monarquía postfranquista. Desde entonces la precariedad, la explotación y el incumplimiento de los derechos económicos, sociales y laborales no han dejado de crecer.

La izquierda se modernizó haciéndose capitalista y europeísta. Muchos militantes se convirtieron en políticos profesionales, más ocupados en defender su posición personal que en organizar el conflicto social. Por eso, la precariedad, la explotación y el despojo de las clases trabajadoras se expresa, sobre todo, como lucha entre los de abajo.

Hoy, el neoliberalismo global víctima de sus propios excesos, se atreve a culpabilizar a l@s trabajador@s por no ponerse suficientemente de rodillas ante los mercados, rompe sus promesas electorales y su obligaciones constitucionales y pone la soberanía de la nación bajo el dictado de las instituciones económicas y militares del capitalismo europeo y norteamericano, comprometiéndonos en sus aventuras neocoloniales.

Las políticas de ajuste, precariedad y privatización sirven para que la gran burguesía mantenga su tasa de beneficios y la clase política su tasa de corrupción, pero no sirven para cambiar el ciclo económico mediante inversiones, crecimiento y empleo. Tanto las recetas neoliberales como las keynesianas se muestran impotentes para frenar un progreso acelerado de catástrofe en catástrofe.

Frente a la barbarie de la economía global, los movimientos sociales necesitamos mirar más allá de nuestras propias reivindicaciones hacia una república socialista que garantice los derechos humanos, las libertades civiles, la autodeterminación de los pueblos, la soberanía nacional y alimentaria, la igualdad de género y el respeto a la naturaleza.

La defensa de los derechos económicos, sociales y culturales, la separación de la iglesia y el estado, la nacionalización de la banca, la promulgación de una nueva ley electoral, la paralización de los desahucios y la implantación de la dación en pago y el alquiler social, los derechos sexuales y reproductivos y la igualdad entre mujeres y hombres, pueden ser vectores de fuerza que activen un proceso constituyente para acabar, de una vez por todas, con los restos del franquismo y la dictadura de las grandes corporaciones y sus políticos a sueldo.

Todo esto sería posible si todos los que proponen grandes movilizaciones (15-S, 17-S, 25-S) fueran sinceros. Pero, a algunos, ya les conocemos. A pesar de todo, ¡vamos a ello! porque fuera de la lucha contra el enemigo común sólo está la impotencia y el resentimiento.

Autor: A.M

Hip-hop. “Vertigo” por Despacito y Buenaletra.

Despacito y Buenaletra.
VERTIGO

Originalidad, equilibrio, buen gusto, innovación... esto es parte de lo que podemos encontrarnos en el álbum Vértigo, tercer trabajo del grupo Despacito y Buenaletra.

Después de Yammin (2003) y Umildá (2007) y, tras cinco años sin escucharles, el grupo getafense vuelve con fuerza con una maqueta que mezcla el Hip Hop habitual con melodías flamencas y Reggae.

El disco se compone de veintitrés canciones donde predominan letras con un marcado mensaje social, denunciando las injusticias del mundo que nos rodea. Aún así, también comprobaremos que tienen cabida temas para lucimiento personal del Dj y, además, hay espacio para algún que otro solo de guitarra española muy refrescante.

Mención especial merecen las rimas de los temas Vértigo y La balada del euribor, que, como ya se ha dicho antes, denuncian con talento situaciones de injusticia social que, desgraciadamente, se encuentran a la orden del día en la actualidad.

Así mismo, cabe destacar que estos amigos no dejan de lado sus raíces y le dedican la quinta pista del álbum a Getafe, dónde ofrecen una visión muy personal de la ciudad del sur de Madrid.

Por último, descubrir una faceta, para muchos desconocida, de compañeros de luchas y reivindicaciones, puede resultar, en este disco, más que interesante.

Alex Romero

Puedes adquirir el CD de Despacito y Buenaletra “Vertigo” en la Cesta Básica, por tan sólo 2 €.

2012

Numero 35

"Coexistencia con transgenicos, no, no y no"

Ni producidos, ni importados, ni consumidos.

Prohibicion total